

**ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)**
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» (г. Москва)
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г. Ставрополь)
**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический
университет им. С. М. Кирова» (г. Санкт-Петербург)**
**ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический
университет» (г. Казань)**
**ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический
университет» (г. Самара)**
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (г. Ростов-на-Дону)
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет» (г. Иркутск)
**ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический
университет», (г. Йошкар-Ола)**
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», (г. Тверь)

ИССЛЕДОВАНИЕ, СИСТЕМАТИЗАЦИЯ КООПЕРАЦИЯ, РАЗВИТИЕ, АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ (ИСКРА–2021)

**сборник трудов
IV Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых**

**14–15 октября 2021 г.
г. Симферополь**

**Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2021**

УДК 331+334+336+338+339
ББК 65.05
И85

**Сборник трудов зарегистрирован в базе
Российского индекса научного цитирования**

Редакционная коллегия:

- Ячменева В. М. – научный редактор, заведующая кафедрой менеджмента,
д. э. н., профессор
Ячменев Е. Ф. – заместитель научного редактора, к.э.н., доцент
Воробец Т. И. – редактор, доцент кафедры менеджмента, к.э.н.
Тимаев Р. А. – редактор, ассистент кафедры менеджмента

**И85 Исследование, систематизация, кооперация, развитие,
анализ социально-экономических систем в области
экономики и управления (ИСКРА–2021) : сборник трудов
IV Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых,
г. Симферополь, 14–15 октября 2021 г. / научн. ред.
В. М. Ячменевой ; редкол. : Е. Ф. Ячменев, Т. И. Воробец,
Р. А. Тимаев. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2021. – 424 с.**

ISBN 978-5-907506-27-5

УДК 331+334+336+338+339

ББК 65.05

В сборнике трудов опубликованы материалы, представленные на IV Всероссийскую школу-симпозиум молодых ученых «Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА–2021)» (г. Симферополь, 14–15 октября 2021 г.).

Ответственность за достоверность фактов, цитат и других сведений, изложенных в публикациях, несут авторы.

ISBN 978-5-907506-27-5

© Авторы публикаций, 2021

© ИТ «АРИАЛ», 2021

УДК 339.564((470+571): 73)

**ПОЗИЦИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ УЧАСТИЯ РОССИИ
И США В МИРОВОМ ТОВАРНОМ ЭКСПОРТЕ**

**POSITIONS AND WAYS TO SUPPORT THE PARTICIPATION
OF RUSSIA AND THE UNITED STATES IN WORLD
COMMODITY EXPORTS**

Буценко И. Н., к. э. н., доцент
Головина В. И., обучающаяся группы Э-м-о-201
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

I. N. Butsenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Golovina, student, gr. E-m-o-201
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье обобщены и систематизированы данные о динамике участия России и США в мировом товарном экспорте за период 2011–2020 гг. Дана интерпретация полученных статических данных, выделены причины изменения показателей в динамике. Приведены основные инструменты поддержки и развития экспорта в России и США.

Annotation

The article summarizes and systematizes data on the dynamics of the participation of Russia and the United States in world commodity exports for the period 2011–2020. The interpretation of the obtained static data is given, the reasons for the change in indicators in dynamics are highlighted. The main tools for supporting and developing exports in Russia and the USA are given.

Ключевые слова: мировой товарный экспорт, мировые лидеры – экспортеры товаров, доля участия России и США в мировом товарном экспорте, инструменты поддержки экспорта.

Keywords: world commodity exports, world leaders - exporters of goods, the share of participation of Russia and the United States in world commodity exports, export support tools.

Введение. Участие в мировом товарном экспорте существенным образом определяется целями внешнеэкономической политики ведущих стран-экспортеров и практикой их реализации. Исследование инструментов поддержки экспорта является широко изучаемой темой, которая разрабатывалась в трудах таких отечественных учёных, как М. Г. Никитина, В. Б. Супян, Д. И. Ушкалова [4; 9; 10] и др.

Цель исследования. Выделить позиции России и США в мировом товарном экспорте, обобщить и сравнить инструменты поддержки экспорта в этих странах. В процессе проведенного исследования использованы общенаучные и экономико-статистические методы: анализ и синтез; системный анализ, абстрактно-логический метод; индексный метод; метод обобщений и другие.

Результаты исследования. Позиции России в рейтинге участников мирового товарного экспорта за период 2011–2020 гг. неоднозначное, варьируются в пределах 8–18 места. По итогам 2020 г. Россия заняла 16 место в мировом товарном экспорте [5]. 2012 г. и 2013 г. можно считать наиболее продуктивными за последние десятилетие (рисунок 1). Позиция США в мировом товарном экспорте за период 2011–2020 гг. стабильная – 2 место.

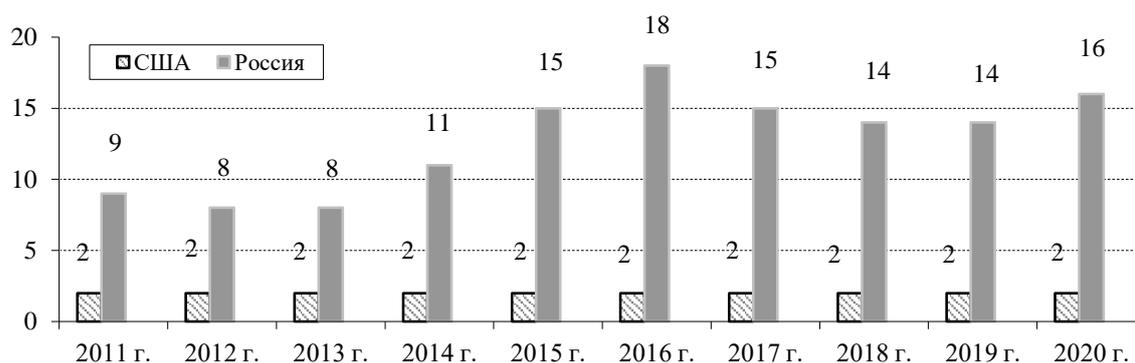


Рисунок 1 – Позиции России и США в мировом товарном экспорте, ранг
Источник: составлено на основе данных [5].

Общую динамику участия России и США в мировом товарном экспорте целесообразно рассмотреть в стоимостном объеме и доли участия (таблица 1).

Таблица 1 – Россия и США в мировом товарном экспорте

Годы	Мировой товарный экспорт, млн долл. США	Экспорт, млн долл. США		Доля участия в мировом товарном экспорте, %	
		Россия	США	России	США
2011	18203249	516992	1481682	2,8	8,1
2012	18335944	524766	1544932	2,9	8,4
2013	18796406	527265	1577587	2,8	8,4
2014	18795080	497833	1619742	2,6	8,6
2015	16381814	343907	1501845	2,1	9,2
2016	15898557	301780	1450906	1,9	9,1
2017	17572655	379206	1545809	2,2	8,8
2018	19379530	451494	1665302	2,3	8,6
2019	18814380	426720	1644276	2,3	8,7
2020	17421369	337176	1430253	1,9	8,2

Источник: составлено на основе данных [5].

Динамику объемов экспорта товаров из России по данным ЮНКТАД [5], можно разделить на несколько периодов. С 2011 г. по 2013 г. объемы экспорта из России в стоимостном выражении увеличивались с каждым годом. С 2014 г. по 2016 г. динамика объемов экспорта товаров отрицательная, затем в 2017–2019 гг.

объемы экспорта товаров увеличиваются. В целом за период 2011–2020 гг. доля участия России в мировом товарном экспорте составляет в пределах 1,9–2,9 %.

На динамику изменения позиций России в мировом экспорте товаров оказывают влияние следующие факторы: существенное снижение цен на энергоносители; сокращение объемов поставок традиционных продуктов российского вывоза; введение против России торгово-политических санкций; ослабление национальной экономики вследствие ослабления российского рубля по отношению к иностранным валютам.

На снижение позиции России в 2020 г. в мировом товарном экспорте повлияло распространение нового вируса COVID-19 и введение в первой половине 2020 г. жестких ограничений, повлекших за собой снижение спроса на топливное сырье, избыточное предложение на международном рынке нефти, а также снижение цен на нефть и разногласиями между странами-участницами ОПЕК+ [6].

Доля участия США в мировом товарном экспорте за период 2011–2020 гг. варьируется в пределах 8,1–9,2 %. Динамика увеличения объемов экспорта товаров из США приходится на период с 2011 г. по 2014 г. в стоимостном и в процентном соотношении. После 2015 г. наблюдается сокращение стоимостного объема товарного экспорта, при этом доля участия напротив увеличивается. Данная ситуация объясняется сокращением в целом мирового товарного экспорта. В 2020 г. США значительно сократили объемы экспорта в стоимостном выражении, значение данного показателя является самым низким за представленный период. На сокращение товарного экспорта из США в 2015–2016 гг. оказало влияние введение экономических контрсанкций со стороны России. В 2020 г. объемы экспорта США сократились на фоне нестабильной эпидемиологической обстановки [6].

Отметим, что удерживать позиции ведущего лидера в рейтинге мирового товарного экспорта США позволяет: технический прогресс, государственная экономическая политика, направленная на либерализацию торговли и деятельность ТНК за рубежом. Среди структур США выделим основные, которые осуществляют поддержку экспорта и её регламентируют – «Госдепартамент США, Министерство сельского хозяйства США, Министерство финансов США, Министерство торговли США. Основными инструментами поддержки являются: экспортное кредитование, налоговые льготы, субсидирование. Аналогично другим странам в США работает специализированный банк – Экспортно-импортный банк США, который предоставляет кредиты, кредитные гарантии и страхование кредитов иностранным покупателям американских товаров» [8].

В России государственную поддержку экспорта осуществляют специальные институты: Министерство экономического развития; торговые представительства РФ; «Внешкомбанк»; АО «РОСЭКСИМБАНК» и АО «ЭСКАР»; отдельные департаменты и межправительственные комиссии [2; 6].

Россия и США активно осуществляют поддержку экспорта путем предоставления кредитов, страхования, а также информационно-консультационных услуг (рисунок 2). Инструменты поддержки экспорта в России и США имеют сходство в разрезе финансовых и нефинансовых инструментов.



Рисунок 2 – Инструменты поддержки и развитию экспорта в России и США
 Источник: составлено на основе [3; 7].

Инструменты в США более диверсифицированы, большое внимание уделяется кредитованию и их объемам, активно защищаются интересы экспортеров. Обширная база консультационных центров за рубежом позволяет быстро и эффективно реагировать на изменение рынка.

В условиях санкционных ограничений для России актуальными являются инструменты поддержки экспорта. В целях информационно-аналитической, консультационной и организационной поддержки внешнеэкономической деятельности экспортно-ориентированных предприятий России создана сеть региональных центров поддержки экспорта [1]. Созданы и функционируют межправительственные комиссии по торгово-экономическому и научно-техническому сотрудничеству между Российской Федерацией и зарубежными странами.

Выводы. В последние десятилетие США стабильно входит в тройку лидеров мирового товарного экспорта. неоднозначное. Позиции России варьируются в пределах 8–18 места. Система поддержки экспорта в США отличается от поддержки экспорта в России наличием большого количества информационно-консультационных центров за пределами страны и качеством предоставления данных услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балюк И. А. Государственная поддержка экспортно-ориентированных компаний в условиях санкций и валютных взлетов / И. А. Балюк // Экономика. Налоги. Право. – 2016. – № 4. – С. 79–86. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26719343> (дата обращения: 28.09.2021).

2. Варнавский В. Г. Роль США в мировой промышленности и торговле как глобальная проблема / В. Г. Варнавский // Контуры глобальных трансформаций:

политика, экономика, право. – 2018. – № 2. – С. 100–112. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35352121> (дата обращения: 28.09.2021).

3. Данчеева А. А. Государственная поддержка экспорта в России: использование опыта других стран / А. А. Данчеева, Ю. А. Савинов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 11. – С. 90–100. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_41438881_26263558.pdf.

4. Модернизация экономики России в глобальном геоэкономическом пространстве: монография / Под научной редакцией М. Г. Никитиной. – Симферополь : ИП Корниенко А. А., 2018. – 348 с.

5. Официальный сайт ООН по торговле и развитию ЮНКТАД. – URL: <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx> (дата обращения: 28.09.2021).

6. Панишко Е. П. Внешнеторговые отношения между Россией и США: особенности и тенденции / Е. П. Панишко // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2020. – № 3 (92). – С. 37–45. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43951759_67300240.pdf (дата обращения: 28.09.2021).

7. Портал внешнеэкономической информации: официальный сайт. – URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/non_financial_measures/

8. Пузина Н. В. Международный опыт государственной поддержки предприятий-экспортеров / Н. В. Пузина // Modern Economy Success. – 2020. – № 3. – С. 6–12. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_43089683_44649178.pdf (дата обращения: 28.09.2021).

9. Супян В. Б. Россия и США в мирохозяйственных связях во 2-ом десятилетии XXI века / В. Б. Супян // Внешнеэкономический вестник. – 2017. – № 7. – С. 43–56. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29764348>.

10. Ушкалова Д. И. Внешняя торговля России в новых условиях / Д. И. Ушкалова // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2020. – № 1 (45). – С. 199–207. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42679236>.

© И. Н. Буценко, В. И. Головина

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ¹

FEATURES OF THE BORDER AREA DEVELOPMENT MANAGEMENT MECHANISM

Витульева Т. А., научный сотрудник
ФГБОУ ВО «Улан-Баторский филиал РЭУ
им. Г. В. Плеханова», г. Улан-Батор, Монголия

T. A. Vitulyeva, researcher, senior lecturer
Plekhanov Russian University of Economics
Ulan-Bator Branch, Ulan-Bator, Mongolia

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» в рамках конкурса на выполнение научно-исследовательских работ студентов, аспирантов и молодых ученых «Шаг в науку-2021»

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы специфики управления социально-экономическим развитием приграничных территорий. Выделены и рассмотрены уровни организационно-экономического механизма управления приграничной территорией – внешний, внутренний и межрегиональное приграничное воздействие. В заключении сделаны практические выводы относительно роли и значимости изучаемого вопроса.

Annotation

In the article, the author considered the issues of the specifics of managing the socio-economic development of border areas. The author highlighted and considered the levels of the organizational and economic mechanism of border area management – external, internal and interregional cross-border impact. In conclusion, the author draws practical conclusions regarding the role and significance of the issue under study.

Ключевые слова: приграничные территории, механизм, управление, социально-экономическое развитие.

Keywords: border areas, mechanism, management, socio-economic development.

Введение. Эффективное управление устойчивым социально-экономическим развитием является одной из приоритетных задач органов власти каждого отдельного региона. Возрастающая роль управленческих решений в развитии территорий, свидетельствует о необходимости совершенствования подходов к управлению с учетом особенностей, возможностей и перспектив развития объектов управления. Устойчивость развития должна быть направлена на стимулирование внутренней и внешней межрегиональной конкурентоспособности, смягчение социально-экономических диспропорций между центральными и периферийными регионами страны.

Приграничные территории представляются отдельной категорией управления социально-экономическим развитием. В современных условиях переход таких территорий на устойчивое развитие приобретает стратегическое значение для России.

Цель исследования заключается в обосновании особенностей механизма управления социально-экономическим развитием приграничных территорий.

Результаты исследования. Эффективность социально-экономического развития территории непосредственно зависит от качества ее управления. Под механизмом управления развитием приграничных территорий понимается совокупность мероприятий управленческого характера (правил, процедур, методик), направленных на решение проблем и реализацию возможностей для дальнейшего развития территорий, с учетом комплекса факторов, вытекающих из положения приграничности [1, с. 70].

Для обеспечения социально-экономического развития приграничных территорий элементы организационно-управленческого механизма подвергаются постоянному совершенствованию.

Авторы Хмелева Г. А., Умербаева С. К. предлагают использовать механизм реализации политики социально-экономического развития и повышения использования потенциала приграничной территории, который охватывает все уровни управления: федеральный, региональный, муниципальный [3].

По мнению автора, обобщенно организационно-экономический механизм можно представить, как сложную иерархическую систему, состоящую из нескольких взаимосвязанных уровней (внешнее, внутреннее влияние, межрегиональное приграничное воздействие).

Уровень внешнего влияния представлен международными институциональными структурами, нормативно-правовой базой, макроэкономическими факторами воздействия. На данном уровне обеспечиваются двусторонние и многосторонние связи государств в различных областях сотрудничества, в том числе приграничного взаимодействия.

В рамках обогащения приграничного сотрудничества на международном уровне заключаются межправительственные и межведомственные договоры, меморандумы и соглашения, обсуждаются тактические вопросы взаимовыгодных отношений. Межправительственные комиссии (МПК), комитеты и рабочие группы, работающие в рамках МПК, играют значительную роль в развитии двустороннего сотрудничества Российской Федерации с зарубежными странами, являясь эффективным инструментом решения задач, представляющих обоюдный интерес. Благодаря работе МПК развивается инвестиционное и межрегиональное сотрудничество, решаются транспортные проблемы, укрепляются связи между таможенными службами, на новый уровень выходит взаимодействие в области инноваций [4].

Значительную роль в поддержании и стимулировании приграничных связей играет инфраструктура организации международных торгово-экономических отношений, внешнеторговая деятельность участников, вопросы таможенного регулирования.

На ступени внутреннего влияния управление развитием региона проходит на всех уровнях власти: федеральном, региональном, местном. Каждый из уровней реализует комплекс направлений и мер в соответствии со своими полномочиями. На федеральном уровне определяются общие стратегические приоритетные цели и задачи, на региональном и местном – целевые программы развития, с учетом особенностей, преимуществ, возможностей территорий.

Уровень внутреннего влияния механизма управления регионом представляет собой особый вид государственной системы, состоящей из трех звеньев, согласно уровням управления территориальным развитием. Так, на федеральном уровне разрабатывается нормативно-правовая база, формируется система взаимоотношений между территориями разного уровня. Органы власти данного уровня отвечают за сбор информации, мониторинг результативности политики социально-экономического развития территорий, принимают участие в разработке региональных проектов, программ, заключении международных договоров и соглашений.

Региональный уровень представляет собой комплексное, многослойное образование, основой которого являются требования федерального уровня. Региональная социально-экономическая политика государства содержит целевые действия государства, направленные на сбалансирование условий деятельности регионов и их результатов, повышение эффективности использования совокупных региональных ресурсов и потенциалов, создание условий для роста эффективности деятельности отдельных регионов, в том числе и как приграничных территорий. Органы власти регионального уровня должны

осуществлять тесное взаимодействие с муниципальными образованиями по вопросам международного сотрудничества, созданию благоприятной среды для развития приграничного сотрудничества.

Местный уровень призван в значительно большей мере конкретизировать методы, способы и механизмы достижения целей, определенные в рамках национальной и местной социально-экономической политики, привязать их к особенностям, учесть специфику демографических, экологических, ресурсных и прочих характеристик региона, в особенности приграничного. В свою очередь, на них накладываются региональные требования, и в дальнейшем эта система на местном уровне дополняется решениями и мероприятиями, которые предъявляют дополнительные требования к управлению территорией [2]. Местный уровень способен оказывать влияние на повышение эффективности реализации региональной политики.

Межрегиональный приграничный уровень воздействия заключается в совокупности взаимосвязанных и взаимодействующих административных и экономических инструментов регионов (территорий). Целью управления, которых является регулирование масштабов, структуры и условий с целью гармонизации экономических интересов участников приграничного сотрудничества [2]. Повышение уровня устойчивости приграничных территорий возможно через применение административных и экономических инструментов воздействия, которые прямо или косвенно могут оказать влияние на развитие регионов приграничья и вовремя скорректировать социально-экономические показатели. Стратегическими задачами для России являются расширение рынков сбыта, возможностей импортозамещения, взаимовыгодная торговля, переориентация восточных регионов страны на рынок АТР.

Приграничное положение регионов позволят с одной стороны располагать дополнительными возможностями для закрепления локальных экономик в цепочки международного разделения труда, которых нет у внутренних (отдаленных) административно-территориальных образований. С другой стороны качество и перспективы зависят от развитости и особенностей экономик сопредельных территорий по обе стороны государственной границы. Кроме того, приграничное положение обменено наличием границ с сопредельным государством, организации КПП, патрулирования вдоль границ, обеспечением защиты и охраны государственной границы.

Выводы. При реализации механизма управления приграничными территориями необходимо применять дифференцированный подход с применением административных и экономических инструментов воздействия, принимать во внимание внешние и внутренние факторы, приграничные связи, учитывать уровень социально-экономического регионального развития.

Механизм управления развитием приграничных территорий должен учитывать, во-первых, общенациональные приоритеты, направления и вектор развития страны; во-вторых, специфику приграничных территорий, возможности, условия, преимущества для достижения основной цели – повышение уровня социально-экономической политики территорий. Дифференцированный целевой подход к развитию приграничных регионов может быть реализован через систему мер, призванных решить определенные социально-экономические задачи.

В целом, механизм формирования устойчивого развития приграничных регионов призван обеспечить эффективную реализацию социальных и экономических интересов приграничных территорий, сочетание региональных интересов с государственными интересами, тем самым обеспечивая устойчивость как местной, так и национальной социально-экономической системы. Приграничное положение в сочетании с эффективным механизмом управления необходимо использовать как реальное преимущество для дальнейшего устойчивого развития регионов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Каменева Т. Н. Механизмы управления развитием приграничных территорий в условиях трансформации социальной среды / Т. Н. Каменева, В. В. Зотов // Научные ведомости. – 2012. – № 14 (133). – С. 70–75. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mechanizmy-upravleniya-razvitiem-prigranichnyh-territoriy-v-usloviyah-transformatsii-sotsialnoy-sredy> (дата обращения: 20.09.2021).

2. Российско-монгольское приграничье: современное состояние и перспективы развития / В. С. Потаев, Н. И. Атанов, Г. Ю. Субанакоев [и др.] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова. – Улан-Удэ : Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, 2020. – 184 с. – ISBN 9785979314600.

3. Хмелева Г. А. Механизм повышения эффективности использования экономического потенциала приграничного расположения региона / Г. А. Хмелева, С. К. Умербаева // Вестник Самарского государственного университета. Серия Экономика и управление. – 2015. – № 8 (130). – С. 106–116.

4. Портал внешнеэкономической информации России. – URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/non_financial_measures/institutional_arrangements/ (дата обращения: 10.09.2021).

© Т. А. Витульева

УДК 352:316.4:330.3

ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО: ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ И АДАПТАЦИИ

APPROACHES TO THE EVALUATION OF THE ECONOMIC SECURITY OF THE DOMESTIC ENTERPRISES

Калькова Н. Н., к. э. н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N. N. Kalkova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы трансформации городского пространства, обусловленной постоянным влиянием различных факторов, что требует не только инфраструктурных, градостроительных, финансовых, экономических, ресурсных

изменений, но и адаптации и мобильности со стороны социума. Внедрение системы «Умный город» будет способствовать инновационному направлению развития города. Однако комплексное внедрение структурных элементов системы требует также наличия соответствующих ресурсов, в том числе человеческих, способных к адаптации, генерированию новых идей и взаимодействию с техникой, постоянному повышению уровня своих знаний.

Annotation

The article deals with the transformation of urban space caused by the constant influence of various factors, which requires not only infrastructural, urban planning, financial, economic, resource changes, but also adaptation and mobility on the part of society. The introduction of the Smart City system will contribute to the innovative direction of the city's development. However, the complex implementation of the structural elements of the system also requires the availability of appropriate resources, including human resources capable of adaptation, generating new ideas and interacting with technology, and constantly improving their knowledge.

Ключевые слова: городское пространство, умный город, мобильность, адаптация

Keywords: urban area, smart city, mobility, adaptation

Введение. Развитие глобальных процессов, прослеживаемое в современной цивилизации, коснулось не только общих систем существования человечества, как-то экономика, финансы, политика, культура, но и прослеживается почти на всех уровнях существования и организации общества, которое является урбанистическим или же тесно связано с развитием городов. Современный город – это не просто производственный, транспортный, политический, культурный, религиозный или туристский центр, а совокупность всех этих элементов. На современном этапе с одной стороны, город создает наиболее благоприятные условия для человеческого существования и комфортной жизни, поскольку житель занимает определенное место в урбанистическом мире и может владеть и получать определенные блага – работу, жилье, занимать определенное социальное положение, иметь возможность и способность реализовывать собственные материальные и духовные потребности, иметь реальные перспективы для развития и возможности для их воплощения, безопасного существования. Однако, с другой стороны, город не носит устойчивый характер, а все время меняется в зависимости от общества и его потребностей, в свою же очередь и горожанин должен меняться соответственно развитию города.

Целью исследования является анализ проблем и перспектив внедрения системы «умный город» в контексте обеспечения устойчивого развития городского пространства, повышения уровня и качества жизни горожан при одновременной их адаптации и мобильности к новым вызовам и возможностям.

Результаты исследования. По своей сути городская мобильность – это перемещение товаров и людей в пространстве и во времени в городской экосистеме. Фундаментальные проблемы мобильности и передвижения по городу предопределяют необходимость рассмотрения вопросов обеспечения сбалансированности и легкости передвижения при одновременном снижении перегруженности, и загрязнения окружающей среды. Противоречия между инновациями в области транспорта, постоянно растущим городским населением

и способностью гражданского общества идти в ногу с ограниченными ресурсами являются вечными. Но давление, с которым сталкиваются сегодняшние города, беспрецедентно.

Следует отметить, что интенсивные процессы урбанизации и постоянный рост городского населения будут по-прежнему сдерживать городскую мобильность.

Так, прогнозируется, что к 2025 году количество городских жителей составит 4,6 млрд человек, к 2030 г. количество мегаполисов достигнет 41, а к 2050 г. будет достигнут показатель в 67,1 триллионов пассажиро-километров в общественном транспорте [1].

Увеличение городского трафика, связанного с доступностью личного автотранспорта при отсутствии системных изменений в транспортной и городской инфраструктуре, приводит к увеличению времени, проводимом в пробках, трате времени впустую и снижению общей производительности городов мира. Согласно Глобальной системе показателей трафика 2019 года от INRIX, в 2019 году США потеряли в среднем 99 часов на одного водителя из-за пробок, что обошлось почти в 88 млрд долл. США в потере производительности [1].

Помимо проблем с перегруженностью дорог, ежегодно в результате дорожно-транспортных происшествий во всем мире погибает 1,35 млн человек, а от 20 до 50 млн человек получают не смертельные травмы, при этом более половины всех смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий приходится на пешеходов, велосипедистов и мотоциклистов, и их пассажиров.

Перегруженное движение на остановках и выездах увеличивает объем микроскопических частиц в выхлопных газах транспортных средств. По данным Всемирной организации здравоохранения, частицы выхлопных газов «способны проникать глубоко в легочные проходы и попадать в кровоток, вызывая сердечно-сосудистые, цереброваскулярные и респираторные воздействия», при этом, по оценкам специалистов, 22 % глобальных выбросов углекислого газа (CO₂) приходится на транспортный сектор, который будет расти по мере роста городов и перехода отдельных граждан на транспорт, сжигающий углерод.

Например, без крупных инвестиций в общественный транспорт и технологии интеллектуальных дорог выбросы CO₂ в Индии, по прогнозам, вырастут с 70 мегатонн в 2015 году до 540 мегатонн к 2050 [1].

Современность требует достижения согласия между жизнью города и потребностями его обитателей, вследствие чего необходимо трансформировать городское пространство под необходимые стандарты, что достаточно часто приводит к необходимости реформирования города [2]. Город требует мобильного, стремительного реагирования на происходящие изменения, но осуществление изменений зависит не только от деятельности людей, но и от того, насколько сами люди готовы к необходимым изменениям, насколько они способны осуществлять изменения. В данной связи, решение проблем городской мобильности сегодня возможно с помощью технологии «Умный город», которая позволит повысить мобильность, экономить энергию и снизить загрязнение окружающей среды. При этом следует отметить, что появление новых средств управления городом требует и изменение карты профессий, структуры занятости населения, новых навыков и стилей жизни. Достижение же результатов уже не

может переноситься во времени, поскольку необходимый результат нужен немедленно.

Как отмечает ученый Перов Г. О., система «умный город» рассматривается как взаимосвязь элементов воды, энергии, материалов, мобильности и информации [3, с. 142]. Анализ литературы по данной тематике показал, что в целом основными направлениями интегрирования городского пространства и цифровых технологий является сферы транспорта, безопасности, электронного правительства, системы здравоохранения, жилищно-коммунального сектора [4]. Как было отмечено ранее, одной из ключевых задач всех городских систем является формирование эффективной дорожной системы, обеспечивающей баланс транспортной доступности и экологической безопасности. В данной связи система «Умного города» принимает данные со всех доступных входных объектов – дорожных сигналов, камер, встроенных устройств в общественном транспорте, а затем анализируют их с помощью искусственного интеллекта и делится ими через открытые пулы данных. Это создает постоянную осведомленность об условиях, которые могут быть использованы для управления дорожным движением, планирования маршрутов, обеспечения общественной безопасности и реагирования на чрезвычайные ситуации.

Интегрирование системы «Умный город» в городское пространство предполагает соблюдение шести основополагающих условий, представленных на рисунке 1.

Основными составляющими элементами подсистемы smart mobility являются:

- интеллектуальное покрытие (smart pavement) может отслеживать погоду, дорожные условия и даже износ дорог и обмениваться информацией с водителями и регуляторами дорожного движения;

- интеллектуальная парковка (smart parking) может предупреждать водителей о наличии свободных мест, сокращая время, затрачиваемое на кружение и поиск места;

- интеллектуальные светофоры (smart traffic signals) могут реагировать на дорожные условия и сами перестраиваться, чтобы уменьшить заторы;

- умные уличные фонари с камерами, микрофонами и датчиками (smart streetlights) могут приглушаться, когда никого нет рядом, и собирать информацию о дорожном движении, общественной безопасности и качестве воздуха;

- умные камеры (smart cameras) могут следить за дорожным движением и общественной безопасностью. При возникновении проблем они автоматически оповещают транспортные системы;

- интеллектуальные перекрестки (smart intersections) могут оптимизировать движение транспортных средств и пешеходов, выявлять риски и предупреждать о неизбежных авариях, снижая количество аварий и травм;

- интеллектуальный сбор платы за проезд (smart tolling) позволяет оценивать плату за проезд в свободном движении, поддерживать конкретные цены на заторы на дорогах или плату за проезд за километр, а также взимать плату в электронном виде;

- умный общественный транспорт (smart public transportation) может подсчитывать пассажиров, отслеживать местоположение транспортных средств и автоматически делиться статусом;

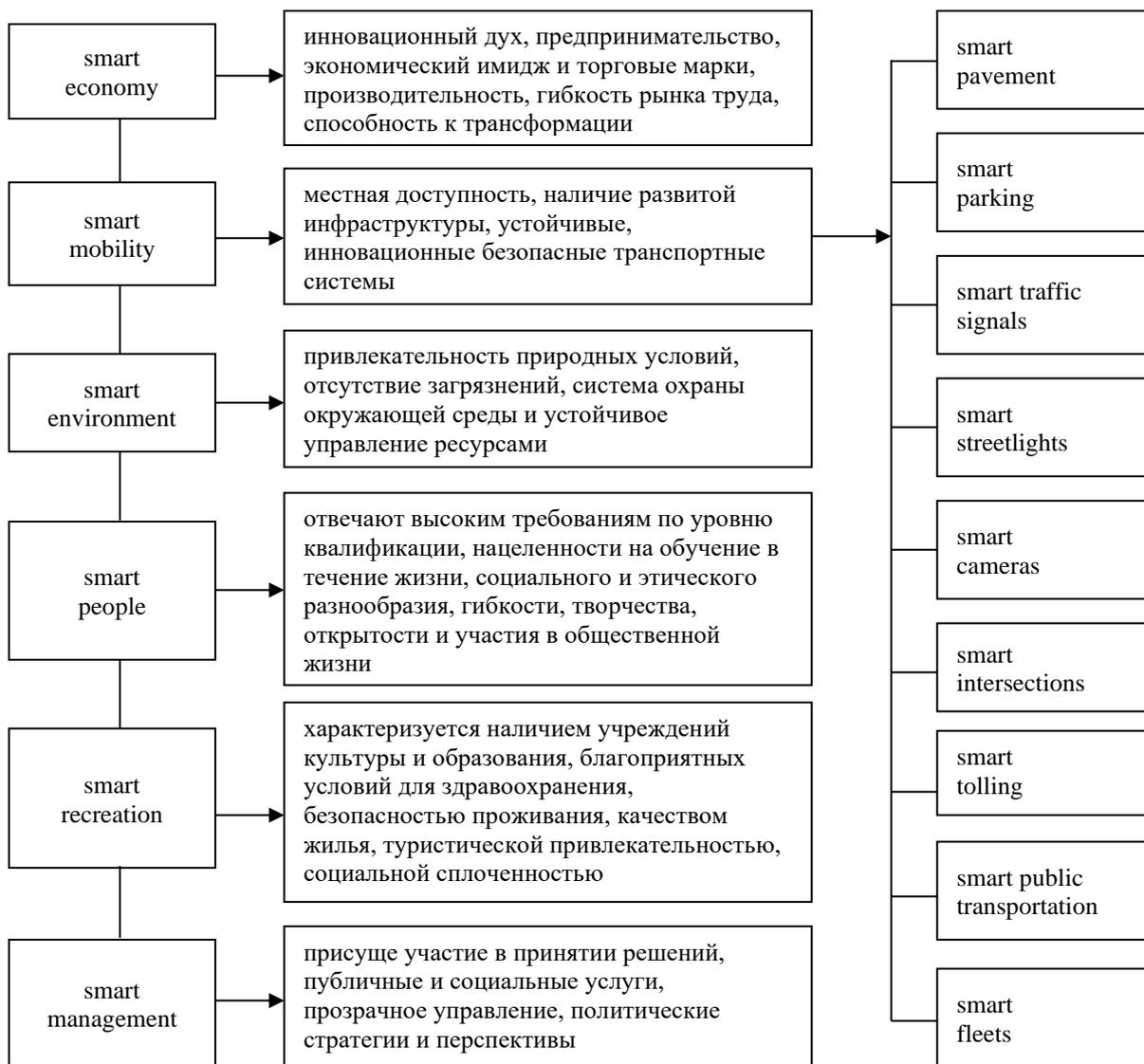


Рисунок 1 – Архитектура системы SmartCity и элементов smart mobility
 Источник: составлено автором по материалам [3; 4].

– интеллектуальные автопарки (smart fleets), включая государственные полицейские машины и пожарные машины, а также частные грузовики доставки, такси и поезда, делятся своим местоположением, следят за своими водителями и прослушивают их двигатели, тормоза и колеса на предмет признаков износа [1].

Следует отметить, что помимо трансформации и приспособления городской инфраструктуры к новым вызовам, социуму и конечному потребителю городских услуг – горожанину, необходимо также адаптироваться, поскольку будут требоваться работники новой формации, которые в совершенстве должны владеть нужными знаниями и умениями, проявлять инициативу и энтузиазм, стремиться к достижению результата, быть способным к выполнению неординарных задач, связанных с новациями, иметь стрессоустойчивость, двигаясь в стремительном времени преобразований. Вообще, существование в современном урбанизированном пространстве вызывает необходимость к социальной мобильности, которая рассматривается как современная адаптация человека в созданной постоянно меняющейся среде.

Выводы. Современный город уже не развивается по законам, что характерны для отдельных отраслей, поселений, его функционирование должно осуществляться на основе использования комплексного подхода, поскольку только таким образом город способен предоставить желаемое для современного человека. Новая парадигма существования общества нуждается и в новых технологических средствах их осуществления, и в новом понимании, вследствие чего основным направлением становится социо-инновационное, трансформируемое и подстраиваемое в пространстве и во времени к реализации задачи подготовки человечества к новой современной жизни в условиях стремительного развития урбанистических центров.

Следует понимать, что сейчас происходит смена профессиональной направленности, а это означает, что появляются новые и ликвидируются старые профессии: уже невозможно приобрести какие-то умения, навыки и знания, которых хватит на длительный срок, поэтому надо учиться не накапливать знания, а приобретать и приспосабливать, получать широкие знания, чтобы иметь возможность для их концентрации в определенный момент. Таким образом, для создания нового инновационного города следует продуцировать новые знания, технологии, умения, профессии, а не «реставрировать» старые, обеспечивая высокую скорость реакции на трансформационные процессы. Город меняется ежедневно и диктует свои новые стандарты, требования и тенденции жизни, поэтому именно адаптация выступает главным фактором реакции на изменения, при этом, чем быстрее человек способен адаптироваться к изменениям, влиться в поток новых тенденций, тем более эффективным горожанином он будет, и соответственно его социальная значимость будет выше.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Urban Mobility and the Future of Smart Transportation. – URL: <https://www.intel.com/content/www/us/en/transportation/urban-mobility.html> (дата обращения: 01.10.2021).
2. Российские и мировые тенденции и тренды в сфере развития городов, агломераций и регионов [Электронный ресурс]. – URL: http://www.glava.perm.ru/upload/pages/1005/Rossijskije_i_mirovyje_tendencii_i_trndy_v_sfere_razvitija_gor.pdf (дата обращения: 30.09.2021).
3. Перов Г. О. Особенности формирования экономической системы «умных городов» / Г. О. Перов // Вестник Ростовского государственного экономического университета. – 2019. – № 2 (66). – С. 141–146. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-ekonomicheskoy-sistemy-umnyh-gorodov/viewer> (дата обращения: 26.09.2021).
4. Калькова Н. Н. Умный город – императив городского социума и дуализм проблем / Н. Н. Калькова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 9 (ч. 2). – С. 147–153.

© Н. Н. Калькова

**СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПАРТНЕРСТВА СТРАН БРИКС**

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A DIRECTION
OF DEVELOPMENT OF STRATEGIC PARTNERSHIP
OF THE BRICS COUNTRIES**

Новикова Н. В., к. э. н., доцент
Хомутильников А. И., обучающийся группы 32
ФГБОУ ВО «Тверской государственный
университет», Институт экономики и управления
(структурное подразделение), г. Тверь

N. V. Novikova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
A. I. Khomutinnikov, student gr. 32
Tver State University, Institute of Economics
and Management, Tver

Аннотация

Авторы проводят анализ развития социального предпринимательства в странах БРИКС. Цель статьи – выделить проблемы развития социального предпринимательства и разработать комплекс мероприятий по их решению в рамках существующей региональной интеграционной группировки БРИКС. Это позволит решить некоторые общие экономические и социальные проблемы экономики данных стран.

Annotation

The authors analyze the development of social entrepreneurship in the BRICS countries. The purpose of the article is to identify the problems of the development of social entrepreneurship and to develop a set of measures to solve them within the existing regional integration grouping of the BRICS. This will allow us to solve some common economic and social problems of the economies of these countries.

Ключевые слова: БРИКС, социальное предпринимательство, некоммерческие организации (НКО), социальная проблема, интеграционная группировка.

Keywords: BRICS, social entrepreneurship, non-profit organizations (NGOs), social problem, integration group.

Введение. В настоящее время перед мировой общественностью стоит проблема усиления неравномерности экономического развития стран. Сейчас из-за социально-экономических и политических изменений, происходящих в отдельных регионах мира наблюдаются такие явления как рост бедности населения, безработицы, профессиональная и жизненная неустроенность различных слоев населения и прочие.

Страны БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР) являются быстроразвивающимися странами с большим ресурсным потенциалом. Их можно охарактеризовать как страны с высокими неравенствами в доходах,

существенным дисбалансом в региональном развитии и социальной поляризацией общества.

Развитие социального предпринимательства как одного из эффективного способа решения общественно-значимых проблем имеет в различных странах свои особенности, которые надо учитывать для разработки интеграционной стратегии и развития институтов предпринимательства.

Цель исследования. На основе открытых данных источников информации провести эмпирический анализ исследования социальных предприятий и предпринимателей, выделяя критерии и особенности его функционирования в странах-членах БРИКС и предложить пути решения ряда проблем.

Результаты исследования. В научной среде неоднозначно трактуется термин «социальное предпринимательство». Из-за этого происходят трудности в оценке и анализе данного сегмента предпринимателей, как на национальном, так и на мировом уровне. Одна точка зрения утверждает, что социальные предприниматели относятся к некоммерческим организациям. Другая точка зрения делает акцент на выделение отдельной группы предпринимателей, проявляющих социальную ответственность перед обществом.

Отсутствие сводной эмпирической базы на региональном уровне весьма затрудняет осуществить межтерриториальные и международные сравнения и сопоставления по единым критериям. Поэтому исследование проводится на основе выделения определенных критериев для сравнения, по статистическим данным и с помощью индексов, специально разработанных для оценки социальных предпринимателей. В таблице 1 нами систематизирован анализ социального предпринимательства по странам БРИКС.

Таблица 1 – Сравнительный анализ социального предпринимательства в странах БРИКС

Критерий	Бразилия	Россия	Китай	ЮАР	Индия
Цель предпринимательства	Устранение социальных проблем	Достижение общественно полезных целей			Решение вопросов миграции из села в город, трудоустройства
Отрасли деятельности социального предпринимателя	Образование			Мелкооптовые закупки для бедного населения	Производство экологически чистого оборудования
	Культура		Создание рабочих мест		
	Электроника	Прочее производство	Производство товаров для людей с ограниченными возможностями	Дизайн	Производство социально-значимых продуктов

Критерий	Бразилия	Россия	Китай	ЮАР	Индия
	Охрана окружающей среды	Спорт	Охрана окружающей среды		Охрана окружающей среды

Источник: составлено авторами на основе [5; 9; 11].

Бразилия. Формирование и развитие социального предпринимательства в Латинской Америке происходит под влиянием европейской традиции иммиграции с Западной Европы [5].

Социальное предпринимательство в Бразилии выступает как важное звено сложной системы социально-экономических отношений и составляет так называемую «экономику солидарности» [1].

Согласно оценкам Института научных коммуникаций, доля защищенной занятости населения составляет 72,4 %. Данная доля показывает, какой процент занятых официально трудоустроены с защитой своих трудовых прав. К примеру, у высокотехнологичного Китая данная доля составляет всего 56,20 %, что 1,28 раза ниже, чем у Бразилии [3]. Это свидетельствует об эффективной работе Министерства социального развития и Министерства экономики страны.

В основном социальные предприятия и организации с высокой корпоративной социальной ответственностью в Бразилии сконцентрированы: на окружающую среду – 58 %, образование – 51 %, поддержку государственных учреждений – 41 %, культуры – 29 %, здравоохранения – 22 % и безопасности на рабочем месте – 9,7 % [11]. Также некоторые предприниматели ремонтируют и модернизируют старые компьютеры, давая возможность трудоустроиться жителям бедных общин и возможность покупки электронной техники [7].

Россия. Модели социального предпринимательства в России существуют в гибридных формах, т. к. данный вид предпринимательства не имеет отдельной организационно-правовой формы. Социальный бизнес представлен в виде предоставления социально-значимых услуг и производство товаров. По данным из информационного издания фонда «Наше будущее» 18,4 % всех социальных предпринимателей работают в дошкольном образовании, 11,8 % в прочем производстве, 11 % в дополнительном образовании, 10,5 % в области спорта, 10,1 % в здравоохранении [6] и зарегистрировано порядка 50 тысяч [2].

Индия. В данной стране социальное предпринимательство является своеобразным механизмом разрешения социальных проблем и повышения национальной конкурентоспособности. Поэтому правительство Индии уделяет весьма серьезное внимание вопросам социального предпринимательства и корпоративной социальной ответственности. В частности, основным двигателем развития социального бизнеса служит микрофинансирование [10].

Из-за низкой доли защищенной занятости населения, примерно 23,30 %, правительство страны и местные власти видят в социальном предпринимательстве инструмент решения вопросов миграции из села в город, трудоустройства [4].

Китай. Большинство социальных предпринимателей в Китае сейчас работают как некоммерческие организации и практически полностью зависят от пожертвований. На 2017 год насчитывалось около 296 предприятий, из них 227 в самом Китае (Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Чэнду), 38 в Гонконге, 31 в Тайване [8].

Фокус зрения социальных предприятий в Китае не останавливается только на внутренних проблемах. Многие организации собирают одежду для нуждающихся в других странах, оказывают помощь, участвуют в волонтерских организациях [9].

ЮАР. Современные социальные предприниматели занимаются такими социальными проблемами как борьба с хронической безработицей, распространенностью СПИДа [5]. Следует отметить, что процесс возникновения социально-ориентированных предприятий в Африке произошел под влиянием США, в частности на территории Южно-Африканской республики действует фонд Ашока, фонд Шваба, Фонд Сколла [4]. Социальное предпринимательство в ЮАР носит, в целом, точечный характер.

Выводы. В данной исследовательской работе были рассмотрены особенности развития социального предпринимательства в странах БРИКС и получены некоторые результаты.

Во-первых, становление социального предпринимательства в странах БРИКС носит неоднородный характер. Социальное предпринимательство не выделено в отдельную организационно-правовую форму. Его особенности зависят от внешних исторических условий, национальных особенностей, а также сложившихся геостратегических проблем и партнерств государства и бизнеса, но при этом имеются сходства в целях развития данного вида предпринимательства.

Во-вторых, не во всех странах известна статистика по количеству социальных предпринимателей и ключевые их проблемы, что затрудняет оценку социального предпринимательства по странам. Нет рейтинговой оценки их развития в рамках существующей интеграционной группировки.

В-третьих, отсутствует информация об активном взаимодействии и сотрудничестве стран Бразилии, России, Индии, Китая, ЮАР в области социального предпринимательства на основе создания специально действующих и постоянно функционирующих институтов развития предпринимательства. Но при этом есть функционирующие институты его поддержки в отдельных странах, например, ЮАР.

Для социального предпринимательства как направления развития стратегического партнерства в странах БРИКС на наш взгляд, необходимо: достичь транспарентности в области законодательства по данному виду предпринимательства; надо создать региональные институты развития социального предпринимательства на площадке БРИКС на основе форума и международной ассоциации социальных предпринимателей; разработать ряд нормативно-правовых документов, а также стратегию развития социального предпринимательства стран участниц БРИКС.

Предложенные нами мероприятия будут способствовать не только сокращению неравномерности экономического развития стран, и решать одну из глобальных проблем человечества – сокращение бедности на территории стран БРИКС, являющихся одной из мощных и активно развивающихся

интеграционных группировок, состав которой представлен странами – потенциальными лидерами мировой экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барыкин С. А. Мировой опыт развития социального предпринимательства в латиноамериканском регионе: на примере Бразилии / С. А. Барыкин // Экономика. Право. Менеджмент: современные проблемы и тенденции развития. – 2015. – № 9. – С. 35–40. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_24316312_56812417.pdf (дата обращения: 13.09.2021).

2. В России работают около 50 тыс. социальных предприятий [Электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/9054185> (дата обращения: 14.09.2021). – Текст: электронный

3. Дата сет «Социальное предпринимательство в мировой экономике: путь от виртуальных оценок к Большим данным – 2020» [Электронный ресурс]. – Институт научных коммуникаций. – URL: <https://www.archilab.online/data2/sotsialnoe-predprinimatelstvo> (дата обращения: 13.09.2021).

4. Зарубежные практики развития СП [Электронный ресурс]. – URL: <https://grans.hse.ru/mirror/pubs/share/369958845.pdf> (дата обращения: 19.09.2021).

5. Попов Е. В. Эволюция социального предпринимательства в мировом пространстве / Е. В. Попов, А. Ю. Веретенникова, К. М. Козинская // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 379–402. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/55435/1/vestnik_2017_3_003.pdf (дата обращения: 13.09.2021).

6. Социальное предпринимательство. – URL: <http://www.nb-fund.ru/upload/iblock/dd6/dd6f3de8b19f585b9867f807188851f2.pdf> (дата обращения: 16.02.2021). – Текст: электронный

7. Социальное предпринимательство в Бразилии [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.euronews.com/2010/11/12/learning-for-the-future-in-brazil> (дата обращения: 14.09.2021).

8. Социально-преобразующие инвестиции в Китае [Электронный ресурс]. – URL: https://www.lab-sp.ru/media/attach/chien-wen-shen_9IJ4J.pdf (дата обращения: 15.09.2021).

9. Социальные предприятия по-китайски [Электронный ресурс]. – URL: <https://magazeta.com/social-enterprise> (дата обращения: 15.09.2021).

10. Социальное предпринимательство в Индии [Электронный ресурс]. – URL: http://nb-forum.ru/useful/social_investing/socialnye-predpriyatia-yuzhnoi-azii (дата обращения: 14.09.2021).

11. Цимбалюк А. А. Корпоративная социальная ответственность, как составляющая часть бизнеса, на примере предприятий Бразилии / А. А. Цимбалюк // Управление в России: проблемы и перспективы. – 2019. – № 5. – С. 54–61. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_45777517_71757943.pdf (дата обращения: 14.09.2021).

© Н. В. Новикова, А. И. Хомутильников

**АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ К ПЕРЕХОДУ
НА НОВУЮ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**ANALYSIS OF THE READINESS OF INSTITUTIONS
FOR THE TRANSITION TO A NEW MODEL OF MANAGING
THE QUALITY OF HEALTHCARE SERVICES
(ON THE EXAMPLE OF THE TOMSK REGION)**

Титенко Е. А., аспирант
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный
университет», Институт экономики и управления,
г. Кемерово

E. A. Titenko, postgraduate student
Kemerovo State University,
Institute of Economics and Management, Kemerovo

Аннотация

Российское здравоохранение встало на рельсы формирования системы управления качеством медицинской помощи. В рамках Послания Президента РФ в период с 2019 по 2024 гг. взят курс на формирование «Новой модели организации оказания первичной медико-санитарной помощи». Основой модели является система мер организационного и управленческого характера. Освоение инструментов «Бережливого производства» в сфере здравоохранения является начальным этапом в формировании новой модели управления качеством.

Annotation

Russian health care has taken the track of forming a health care quality management system. Within the framework of the Address of the President of the Russian Federation in the period from 2019 to 2024 a course has been taken to form a «New model for organizing the provision of primary health care». The model is based on a system of organizational and managerial measures. Mastering the tools of «Lean Manufacturing» in the healthcare sector is the initial stage in the formation of a new model of quality management.

Ключевые слова: система управления качеством, медицинские услуги, «бережливое производство».

Keywords: quality management system, medical services, «Lean».

Введение. Для формирования и тиражирования новой модели организации оказания первичной медико-санитарной помощи на сегодняшний день создано 85 Региональных центров первичной медико-санитарной помощи (далее – РЦ ПМСП) в субъектах РФ [6]. Цель создания РЦ ПМСП координация и методическое сопровождение деятельности медицинских организаций в рамках реализации федерального и регионального проектов по совершенствованию первичной медико-санитарной помощи населению, предоставляемой в амбулаторных условиях.

Цель исследования. Анализ этапа готовности медицинских учреждений для полного перехода на новую модель управления качеством услуг здравоохранения.

Результаты исследования. В отчете Координационного центра по реализации федерального проекта «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи» [2] помимо финансовых проблем создания РЦ ПМСП, также отмечаются: отсутствие обучения сотрудников РЦ ПМСП и медицинских организаций; реализация проектов улучшений не соответствует методическим рекомендациям: одна рабочая группа (5-6 человек) реализует все проекты по улучшениям; проекты по улучшениям не направлены на достижение критериев «Новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь». Стоит отметить, что регионам присуща асимметрия, в количестве привлеченных медицинских организаций.

По итогу на конец 2019 года количество медицинских организаций, участвующих в создании и тиражировании «Новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь» в Российской Федерации, составило 3 074 (таблица 1).

Таблица 1 – Количество медицинских организаций, участвующих в создании и тиражировании «Новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь», ед.

Наименование округа	Участвуют в 2019 г., ед.	Выполнение годового плана по состоянию на 01.07.2019, %
Российская Федерация	3074	81,9
Центральный Федеральны́й округ	748	78,7
Северо-Западный федеральный округ	318	95,3
Южный федеральный округ	270	98,5
Северо-Кавказский Федеральны́й округ	143	95,8
Приволжский федеральный округ	796	70,7
Уральский Федеральны́й округ	175	117,7
Сибирский Федеральны́й округ	416	78,4
Дальневосточный Федеральны́й округ	208	62,0

Источник: составлено автором по материалам [1].

11 Регионов РФ выполнили план на 2019 год вовлечения медицинских организаций менее чем на 50 %. Среди них Республика Саха (Якутия) 44,4 %, Алтайский край 38,6 %, Саратовская область 37,1 %, Ивановская область 28 %, Новгородская область 23,6 %, Забайкальский край 13,3 % и др.

Особую роль в тиражировании опыта внедрения бережливых технологий играет образовательный процесс. Для отработки технологии бережливого производства в условиях, приближенных к практическим, на базе ряда ВУЗов, было реализовано создание образовательных центров «Фабрики процессов». «Фабрика процессов» — это учебная площадка, где практическое обучение принципам и инструментам бережливого производства осуществляется в интерактивном режиме посредством имитации реальных процессов. На «фабрике процессов» СибГМУ в городе Томск представлены такие процессы как:

– диспансеризация детей в возрасте одного года;

- диспансеризация определенных групп взрослого населения (с возможностью проведение фабрики на территории заказчика);
- рабочее место по системе 5С (с возможностью проведение фабрики на территории заказчика);
- офисный документооборот (с возможностью проведение фабрики на территории заказчика);
- процедурный кабинет: забор крови.

В Томской области были внедрены и тиражированы проекты по следующим направлениям: совершенствование работы «Входной группы», навигационной маршрутной маркировки; оптимизация процессов оказания профилактических медицинских услуг населению; оптимизация логистики потоков пациентов в учреждении; оптимизация информационных технологий; повышение кадрового обеспечения [4].

А. А. Соловьевым [5] было проведено исследование оценки удовлетворенности населения в сфере здравоохранения, а также определения эффекта влияния реализации федерального проекта «Бережливая поликлиника» в Томской области на качество оказываемых медицинских услуг и повышение лояльности пациентов к медицинской организации, участвующей в проекте. Исследование проводилось на базе двух медицинских учреждений: ОГАУЗ «Детская городская больница № 2» и ОГАУЗ «Городская клиническая больница № 3 им. Б. И. Альперовича». Так как именно эти организации одними из первых участвовали в пилотных проектах.

В опросе приняли участие 300 человек, из которых были удовлетворены качеством предоставляемых услуг 55 %, не удовлетворены – 13 %, затруднились ответить – 32 %. После оптимизации процессов предоставления медицинских услуг в обоих муниципальных лечебно-профилактических учреждениях (МЛПУ) было проведено повторное анкетирование. Показатель удовлетворенности возрос до 76 %. Число затруднившихся ответить снизилось в два раза и составило 16 %; число не удовлетворенных качеством медицинских услуг уменьшилось с 13 до 8 %. А. А. Соловьев предполагает, что увеличение до 76 % доли пациентов, удовлетворенных качеством медицинских услуг, связано с уменьшением количества затруднившихся ответить ($p < 0,05$).

На сегодняшний день практически на все организации здравоохранения тиражирован данный опыт. В 2020 году была проведена независимая оценка качества условий оказания услуг медицинскими организациями, расположенными на территории Томской области с помощью интегрального показателя. Данный показатель в Томской области составляет 88,5 баллов из 100 возможных. Значение показателя дает усредненную (по всем обследованным медицинским организациям, находящимся на территории региона) величину качества предоставляемых услуг и свидетельствует, что качество медицинской деятельности в Томской области на высоком уровне [3].

Использование технологий «Бережливого производства» при организации предоставления медицинской помощи приводит к повышению удовлетворенности пациентов предоставляемыми медицинскими услугами. Стоит отметить, что оптимизация процесса работы медицинского персонала также положительно повлияла на качество медицинской помощи, о чем свидетельствуют результаты экспертизы.

Выводы. Таким образом, следует отметить, что реализация проекта направлена на точечную работу «узких», проблемных зон. Нет видения целостности организации, отсутствует комплексный процессный подход. Трансформации подлежат процессы, критичные для удовлетворенности пациентов, такие как диспансеризация, работа регистратуры и т. д. Они служат неким индикатором удовлетворенности, но при этом лишь временно повышают качество работы медицинской организации. После реализации улучшений проект закрывается, что для большинства медицинских работников служит сигналом и к прекращению дальнейшей работы, а это противоречит основным критериям PDCA.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вергазова Э. К. Создание и тиражирование «новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь» в поликлиниках, оказывающих медицинскую помощь детскому населению / Э. К. Вергазова // Презентации докладов I Всероссийской научно-практической конференции «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи», г. Москва, 13 ноября 2019 г. – URL: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/proekt-berezhlivaya-poliklinika/materialy-i-prezentatsii/materialy-vserossiyskaya-konferentsiya-13-11-2019>.

2. Мониторинг реализации федерального проекта «развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи» / Координационный центр по реализации федерального проекта «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи». – URL: <https://minzdrav.samregion.ru/wp-content/uploads/sites/28/2020/02/30.07.2019-hodyreva-i.n.pdf> (дата обращения: 12.09.2021).

3. Независимая оценка качества условий оказания услуг медицинскими организациями в 2020 году // Департамент здравоохранения Томской области. – URL: https://zdrav.tomsk.ru/ru/zdravoohranenie-v-tomskoy-oblasti/nezavisimaya-otsenka-kachestva-raboty-meduchrezhdeniy/2020#rezultaty_nezavisimoy_ocenki_kachestva_usloviy_okazaniya_uslug_medicinskimi_organizacijami_raspolozhennymi_na_territorii_tomskoj_oblasti_v_2020_godu_i_predlozhenija_obschestvennogo_soveta_po_provedeniju_nezavisimoy_ocenki_kachestva_usloviy_okazaniya_uslug_medicinskimi_organizacijami_pri_departamente_zdravoohranenija_tomskoj_oblasti_po_uluchsheniju_deyatelnosti_medicinskih_organizacij.

4. Официальный сайт Сибирского государственного медицинского университета. – URL: <https://ssmu.ru/ru/> (дата обращения: 17.09.2021).

5. Соловьев А. А. Удовлетворенность пациентов качеством медицинских услуг на разных этапах реализации проекта «Бережливая поликлиника» в Томской области / А. А. Соловьев, Н. В. Копысова // Сибирский медицинский журнал. – 2018. – № 33(4). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/udovletvorennost-patsientov-kachestvom-meditsinskih-uslug-na-raznyh-etapah-realizatsii-proekta-berezhlivaya-poliklinika-v-tomskoy/viewer> (дата обращения: 15.09.2021).

6. Ходырева И. Н. Об уровнях «Новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь». Методика оценки «Базового уровня» / И. Н. Ходырева // Презентации докладов I Всероссийской научно-практической конференции «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи», г. Москва, 13 ноября 2019 г. – URL: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/proekt-berezhlivaya-poliklinika/materialy-i-prezentatsii/materialy-vserossiyskaya-konferentsiya-13-11-2019> (дата обращения: 27.07.2021).

© Е. А. Титенко

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА
НА РОССИЙСКО-ГЕРМАНСКУЮ ТОРГОВЛЮ**

**THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC
ON RUSSIAN-GERMAN TRADE**

Черноморченко К. А., обучающаяся гр. Э-б-о-185
Научный руководитель:
Приходько И. И.,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

K. A. Chernomorchenko, student, gr. E-b-o-185
Scientific Adviser:
I. I. Prikhodko,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье проанализирована степень влияния кризиса, связанного с пандемией коронавируса на российско-германские торговые отношения, приведены экспертные оценки перспектив восстановления внешнеторгового оборота данных стран.

Annotation

Article analyzes the degree of influence of the crisis associated with the coronavirus pandemic on Russian-German trade relations, provides expert assessments of the prospects for restoring the foreign trade turnover of these countries.

Ключевые слова: Россия, Германия, внешнеторговые отношения, коронавирусный кризис.

Keywords: Russia, Germany, foreign trade relations, coronavirus crisis.

Введение. Исследование внешнеторговых отношений России со странами мира является широко изучаемой темой исследования, которая разрабатывалась в трудах таких отечественных учёных, как М. Г. Никитина, И. Н. Буценко, В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева [1; 4] и др. Влияние коронавирусного кризиса на российско-германскую торговлю окажет значимое воздействие на российскую экономику в целом, так как Германия является вторым по важности торговым партнёром России, что обуславливает актуальность темы данной статьи.

Цель исследования. Проанализировать влияние последствия коронавирусного кризиса на российско-германскую торговлю.

Результаты исследования. Впервые за пять лет внешнеторговый оборот Германии с Россией снова вырос. Внутренняя экономика надеется на дальнейший рост, несмотря на международные санкции против Москвы. Дефицит внешней торговли Германии с Россией сокращается. Как сообщило Федеральное статистическое управление в Висбадене в понедельник в Висбадене, как экспорт в Российскую Федерацию на сумму 25,9 миллиарда евро, так и импортные

операции на сумму 31,4 миллиарда евро увеличились в 2019 году по сравнению с предыдущим годом. Это означает, что «в торговле с Россией и экспорт, и импорт снова выросли впервые за пять лет». Исполнительный директор Немецко-Российской торговой палаты за рубежом резюмировал: «В 2019 году бизнес немецких компаний в России был уже лучше, чем в предыдущем году» (таблица 1).

Таблица 1 – Внешняя торговля России с Германией 2016–2019 г. тыс. долл. США импорт

№	Группа товаров	2019 г.	2018 г.	2017 г.	2016 г.
1	Капитальные блага	11 279 904	12 360 855	15 188 048	11 638 496
2	Торговля химической продукцией	5 498 200	4 711 446	4 561 787	3 846 027
3	Одежда и обувь	216 576	248 827	284 152	227 887
4	Электроника	7 822 703	8 646 602	11 214 147	8 733 432
5	Потребительские товары	8 843 739	8 322 532	8 366 142	7 132 211
6	Продукты питания	987 548	1 019 111	1 106 063	889 519
	Все товары	25 110 441	25 510 954	28 441 062	22 684 926

Источник: составлено автором на основе [5; 7].

В 2019 году экспорт увеличился на 20,2 процента, а импорт – на 18,7 процента по сравнению с 2016 годом. Раньше они снижались четыре года подряд. В 2019 году были предыдущие максимумы во внешней торговле Германии с Российской Федерацией. В рекордном году экспорт достиг 28 049 418 тыс. долл. США. Текущие данные тем более удивительны, если учесть, что торговля с Россией по-прежнему подлежит санкциям. Это касается товаров, которые могут использоваться полностью или частично в военных целях, а также определенного оборудования для энергетического сектора. Самыми важными экспортными товарами Германии в Россию в 2019 году были машины на сумму 5,7 миллиарда евро, что на 22,1 процента больше, чем в предыдущем году.

Между тем Германия имеет дефицит торгового баланса с Российской Федерацией. В 2017 году торговый дефицит составил 5,6 млрд евро. Однако самый высокий показатель был достигнут в 2014 году – 9,1 миллиарда евро. Положительное сальдо импорта Германии основано в первую очередь на импорте российской сырой нефти и природного газа (см. таблицу 1). В 2017 году общий объем импорта в этом секторе составил 19,8 млрд евро. Это соответствует увеличению на 20,6 процента по сравнению с предыдущим годом.

Помимо сырой нефти и природного газа, именно коксовый уголь и нефтепродукты внесли свой вклад в дефицит торгового баланса Германии с Россией. Их стоимость увеличилась на 11,1 процента по сравнению с предыдущим годом и, таким образом, достигла 4,1 миллиарда евро. Объем торговли металлами достиг 3,0 млрд евро, увеличившись на шесть процентов.

Самыми важными экспортными товарами Германии в Россию были в основном автомобили, машины и химическая продукция. Между тем, немецкие экспортеры также смотрят на бизнес в России с растущим оптимизмом. Доктор Фолькер Драйер, заместитель генерального директора DINK по международному бизнесу, подчеркнул, что 63 процента компаний, работающих в России, «смогли

увеличить свои продажи в России за последний год, в некоторых случаях значительно», и дополнил: «на этом фоне немецкая экономика хочет и дальше расширять свое присутствие в России» [2]. Планируемые инвестиции составляют почти полмиллиарда евро. Это первый шаг к восполнению спада последних лет.

Проанализируем, как повлияла на данную ситуацию пандемия коронавируса (рисунок 1). Из графика видно, что падение оборота торговли было не столь значительным и протяжённым, как это наблюдалось в 2014-2016 гг. Обороты торговли быстро восстанавливаются. Так, по нашей оценке торговый оборот в 2021 году составит более 53 млрд долл. США, что превышает уровень докризисного 2019 года.

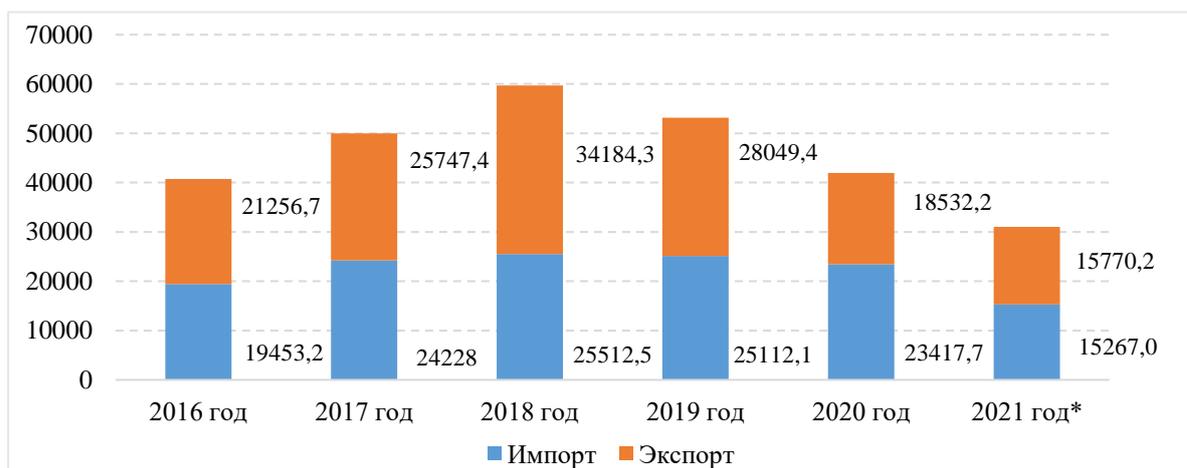


Рисунок 1 – Внешняя торговля России с Германией 2016–2021 гг., млн долл. США

Примечания: * за январь-июль 2021 года

Источник: составлено автором на основе [5; 7].

Перспективы развития российско-германских торговых отношений оцениваются экспертами положительно. Так, Никулина О. В., Чефтелова Н. Г. считают, что обе страны сталкиваются с необходимостью использования модели открытых инноваций, что обеспечивает обмен имеющимся опытом и ключевыми компетенциями в сфере инновационной экономики. Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ – основа инновационного развития экономик России и Германии. В свою очередь, сотрудничество в данной сфере выступает как необходимое условие развития отношений анализируемых стран. И Россия, и Германия совершенствуют инновации и стимулируют приобретение новых знаний за счет создания и внедрения национальных программ, оказания помощи компаниям, которые занимаются инновационными разработками. Каждая из стран хочет создать благоприятные условия для инноваций. Развитие сотрудничества двух государств возможно при осуществлении совместных проектов в процессе организации и проведения крупных научных исследований [3].

Также можно добавить, что по словам старшего вице-президента Российского экспортного центра Никиты Гусакова, «2020 год принёс много сюрпризов, но задача по продвижению экспорта остаётся, и мы нашли новый формат, альтернативный механизм продвижения российских компаний – деловые

миссии онлайн. Они являются эффективным инструментом быстрого поиска иностранного покупателя и представляют собой мероприятия, в ходе которых производители проводят комплексные встречи со своими партнёрами и представляют свою продукцию в цифровом формате. Уже есть успешные примеры внедрения на зарубежном рынке российских технологичных товаров и услуг, что подчёркивает конкурентоспособность и уникальность российских товаров» [6]. Эксперт позитивно оценивает процесс восстановления российско-германских торговых отношений.

Выводы. Анализ динамики российско-германской торговли в 2014-2021 гг. показал, что переживаемый ныне кризис российско-германских торговых отношений менее болезненно отразится на торговом обороте двух стран, чем кризис 2014-2015 гг. Уже за семь месяцев 2021 года оборот восстановился более чем на две трети, а перспективы развития экономических отношений двух стран оцениваются экспертами позитивно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Геоэкономическая парадигма глобального развития: [академический словарь – справочник] / Авт.-сост. [М. Г. Никитина, Е. И. Осадчий, В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева]; под общ. ред. М. Г. Никитиной. – Махачкала : Издательство «Апробация», 2019. – 326 с.

2. Информационное агентство REGNUM: новости России, СНГ и мира. – 2021. – URL: <https://regnum.ru/> (дата обращения: 14.09.2021).

3. Мартынова А. Г. Современное состояние и перспективы развития внешнеэкономического сотрудничества России с Германией / А. Г. Мартынова, В. А. Скворцова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2018. – № 2 (8). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivu-razvitiya-vneshneekonomicheskogo-sotrudnichestva-rossii-s-germaniei> (дата обращения: 21.04.2021).

4. Модернизация экономики России в глобальном геоэкономическом пространстве: монография / Под научной редакцией М. Г. Никитиной. – Симферополь : ИП Корниенко А. А., 2018. – 348 с.

5. Официальный сайт ООН по торговле и развитию ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – URL: <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx> (дата обращения: 21.04.2021).

6. Россия-Германия: взаимовыгодное партнёрство – текущая ситуация и прогнозы на будущее [Электронный ресурс]. – ИА Российский экспортный центр. – 2020. – URL: https://www.exportcenter.ru/press_center/news/rossiya-germaniya-vzaimovыgodnoe-partnyerstvo-tekushchaya-situatsiya-i-prognozy-na-budushchee/ (дата обращения: 21.04.2021).

7. Статистика Всемирного Банка [Электронный ресурс]. – URL: <https://data.worldbank.org/> (дата обращения: 21.04.2021).

© К. А. Черноморченко

СЕКЦИЯ 2. КОРПОРАТИВНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

УДК 330.34:658

ИНТЕГРАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

INTEGRATION CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INTO THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

Воробец Т. И., к. э. н.
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T. I. Vorobets, Candidate of Economic Sciences
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании рассматривается интеграция концепции корпоративной социальной ответственности на разных уровнях управления предприятием. Обосновывается необходимость интеграции социально-ответственных мероприятий в систему планирования предприятия и корпоративную стратегию, так как отсутствие организационного механизма внедрения и реализации принципов корпоративной социальной ответственности приводят к несогласованности действий менеджеров, невыполнению программ развития и формированию рисков функционирования предприятия в целом.

Annotation

The study examines the integration of the concept of corporate social responsibility at different levels of enterprise management. The necessity of integrating socially responsible measures into the enterprise planning system and corporate strategy is substantiated, since the lack of an organizational mechanism for the introduction and implementation of the principles of corporate social responsibility leads to inconsistency in the actions of managers, non-fulfillment of development programs and the formation of risks for the functioning of the enterprise as a whole.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предприятие, интеграция, система корпоративного управления, уровни управления.

Keywords: corporate social responsibility, enterprise, integration, corporate governance system, management levels.

Введение. Концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) в течение последних десятилетий стала важным научно-практических и теоретико-методологическим базисом государственной политики экономического развития многих стран мира. В тоже время, следует отметить, что современное общество

развивается в условиях острых социальных, экономических и экологических потрясений. Учитывая возрастающую роль и существенное влияние бизнеса на развитие современного общества, все большее значение приобретает его корпоративная социальная ответственность. На наш взгляд, ценность корпоративной социальной ответственности заключается в минимизации предприятиями негативных последствий своей производственной деятельности, в решении проблем глобального и местного развития, в формировании атмосферы предсказуемости (стабильности), доверия и совместных ценностей в обществе.

Цель исследования. Теоретико-методологическое обеспечение интеграции концепции корпоративной социальной ответственности на различных уровнях управления предприятием.

Результаты исследования. Благодаря корпоративной социальной ответственности бизнес становится более устойчивым в экономическом и социальном аспектах, получает возможность увеличения своих нематериальных активов. Несмотря на то, что в РФ корпоративная социальная ответственность находится на стадии становления, в последние годы можно констатировать повышенный общественный интерес к оценке корпоративной социальной ответственности бизнеса [1].

Если исследовать уровни управления (рисунок 1), в которые интегрируется КСО, то стоит отметить следующее:

– на I уровне происходит интеграция принципов КСО в миссию, политику, ценности компании. Как правило, основными субъектами этой интеграции являются собственники, главные акционеры и инвесторы. От их восприятия и философии, политики в области КСО зависит дальнейшее выстраивание модели КСО предприятия. Следует подчеркнуть, что КСО должна являться важной составляющей основной деятельности, а не выступать дополнением в виде разовых мероприятий, следовательно, КСО должна конкретизироваться в стратегии компании;

– на II уровне принципы КСО оказывают воздействие на формирование стратегии предприятия, на ее основные ориентиры. Эта деятельность обязательно должна встраиваться в деятельность предприятия, в систему корпоративного управления, выполняться с использованием четырех классических функций (планирование, организация, мотивация, контроль) и быть направлена на удовлетворение интересов всех заинтересованных сторон, что в перспективе не только повысит уровень деловой репутации предприятия, конкурентоспособность, доверие общества, но и увеличит рыночную стоимость.

Многие исследователи отмечают, что принятие корпоративных кодексов с учетом принципов КСО, регламентов работы Совета директоров, комитетов по КСО, этического кодекса поведения и других документов, является необходимым при внедрении КСО на предприятии. Вместе с тем, этот этап характеризуется конкретными действиями субъектов управления. По нашему мнению, можно выделить следующие основные направления деятельности: – представители II уровня управления формируют цели деятельности предприятия (принимаются нормативные документы и формируются стандарты деятельности, в которых КСО является важной составляющей); – определяется место предприятия в бизнес-среде и обществе, проводится анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, разрабатываются соответствующие стратегии; – создаются системы

мотивации с целью повышения ответственности и заинтересованности подразделений предприятия и каждого работающего для обеспечения дальнейшей реализации стратегии; – происходит ориентация на успех через формирование стратегических планов развития и механизмов их реализации, формирование коллектива, который будет объединен общими и индивидуальными целями [2];

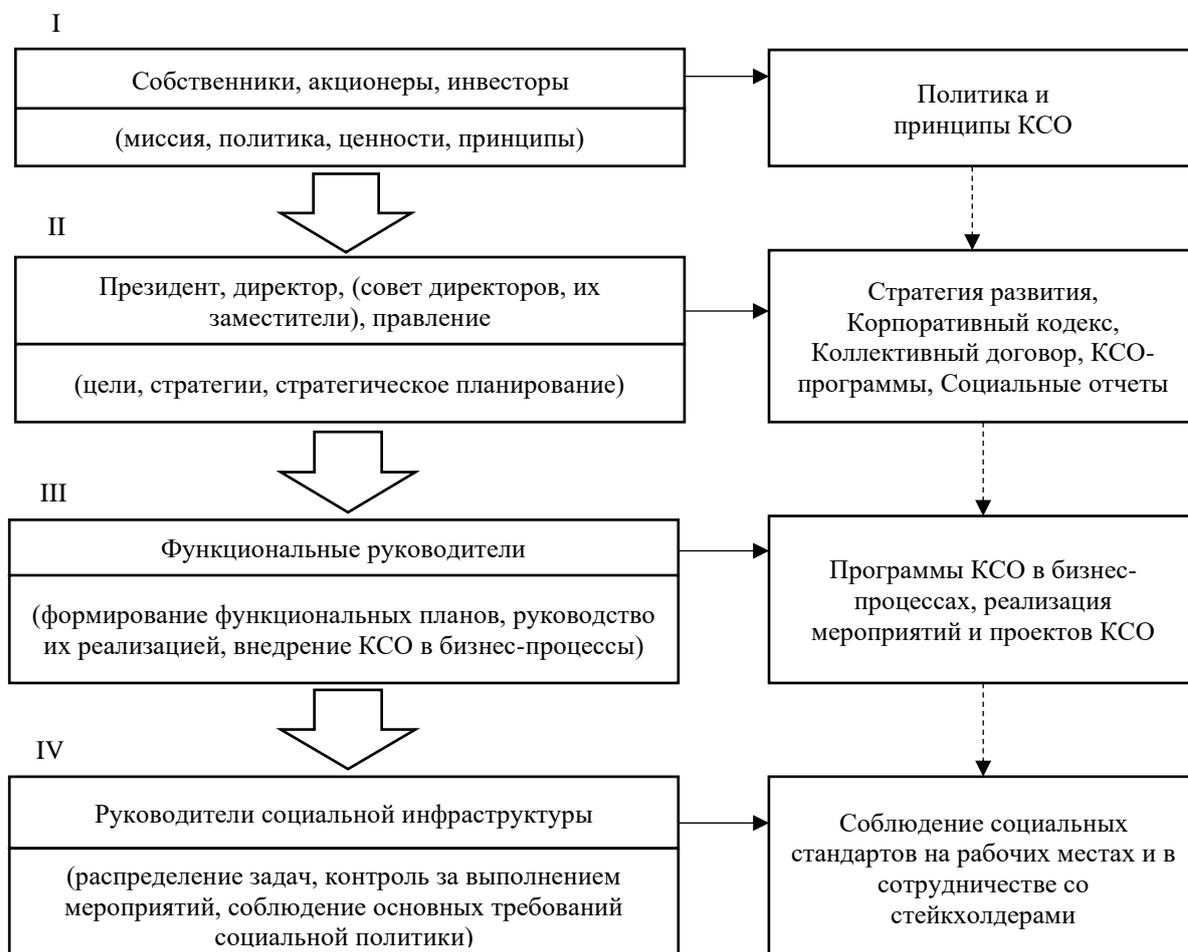


Рисунок 1 – Интеграция элементов КСО на разных уровнях управления предприятием

Источник: составлено автором.

– III уровень – деятельность по управлению предприятием с учетом принципов КСО во всех бизнес-процессах. Разработка функциональных планов и интеграция в них задач КСО, текущих задач по каждому бизнес-процессу, сопоставление проблем КСО с SWOT-анализом деятельности предприятия, позволят максимально определить основные приоритеты и уменьшить нефинансовые риски. Эффективность реализации механизма внедрения системы КСО в значительной степени зависит от интеграции принципов КСО через регламенты отдельных управленческих органов, системы принятия решений, производственные инструкции в бизнес-процессы предприятия [3];

– IV уровень – осуществляется контроль за выполнением производственных задач, как следствие на этом уровне контролируются также меры по КСО (контроль за соблюдением правил организации труда, охраны труда,

предоставлением медицинских услуг, использованием материальных ресурсов и т. д.). Внедрение инструментов КСО в основные бизнес-процессы предприятия способствует получению положительных результатов и устойчивому развитию.

Выводы. Внедрение социально ответственных инициатив является общепризнанным восстанавливающим фактором развития предприятия, который приводит к улучшению его имиджа и усилению конкурентных позиций. В данном контексте, организация КСО в системе корпоративного управления может включать в себя следующие направления:

– проведение информационной и разъяснительной работы о важности и мотивационной составляющей мероприятий КСО и ее приоритетов среди внутренних и внешних стейкхолдеров (комитет КСО, владельцы, профильные менеджеры);

– деятельность в направлении обеспечения прав акционеров в сфере управления и контроля социально-экономических процессов (владельцы, правление, совет директоров);

– деятельность институтов и органов корпоративного управления в части организации внутренней и внешней КСО, в том числе внедрение КСО в бизнес-процессы предприятия (совет директоров, комитет по КСО, функциональные менеджеры);

– деятельность, направленная на согласование интересов стейкхолдеров и др.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анкудинов А. Б. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного роста / А. Б. Анкудинов, Д. М. Борисов // Journal of new economy. – 2013. – № 1 (45). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-faktor-dolgosrochnogo-rosta> (дата обращения: 08.10.2021).

2. Кельчевская Н. Р. Влияние корпоративной социальной ответственности на инвестиционную привлекательность российских компаний / Н. Р. Кельчевская, И. М. Черненко, Е. В. Попова // Экономика региона. – 2017. – Т. 13, Вып. 1. – С. 157–169.

3. Павлов Э.Л. Корпоративная социальная ответственность как перспективный инструмент расширения деятельности международного бизнеса // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 4. – С. 2611–2620. – DOI:10.18334/eo.9.4.40853.

© Т. И. Воробец

УДК 331.1

ТИПОЛОГИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

TYPES OF CORPORATE CULTURE

Высочина М. В., к. э. н., доцент

Кудрявцева Е. Ю., обучающаяся группы М-б-о-182
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. V Vysochina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
H. Yu. Kudryavtseva, student, gr. M-b-o-182
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе проанализированы основные типологии корпоративной культуры: классификации Р. Куинна и К. Камерона «Модель конкурирующих ценностей», Дж. Зонненфельда, Р. Блейка и Дж. Моутона. На их базе предложена типология корпоративной культуры.

Annotation

The article analyzes the main typologies of corporate culture. Namely, the classification of R. Quinn and K. Cameron «Model of competing values», J. Sonnenfeld, R. Blake and J. Moughton. On their basis, a typology of corporate culture has been compiled.

Ключевые слова: корпоративная культура, типы корпоративной культуры, управление.

Keywords: corporate culture, types of corporate culture, management.

Введение. В современной конкурентной борьбе предприятиям необходимо иметь преимущества, позволяющие придать компаниям свой неповторимый, уникальный образ в глазах партнеров и клиентов. Такого эффекта можно достичь при правильном управлении корпоративной культурой предприятия. Она делает коллектив сплоченным и производительным, создает внешний образ компании, формирует ее имидж, определяет характер отношений с клиентами, партнерами, поставщиками. В связи с этим становится актуальным исследовать разные аспекты корпоративной культуры, которая является фактором конкурентоспособности компании в рыночных условиях.

Корпоративной культуре и ее разновидностям посвящено множество работ как зарубежных, так и отечественных исследователей. Среди них такие ученые, как: Э. Шейн, Ч. Ханди, Р. Блейк и Дж. Моутон, Р. Акофф, К. Камерон и Р. Куинн, Хофштеде, М. Бурке, С. Медок и Д. Паркин, М.К. де Врие и Д. Миллер, Т. Е. Дейл и А. А. Кеннеди, Т. Б. Иванов, В. М. Ячменева, Н. В. Царенко и другие. В их работах особое внимание уделяется ключевым характеристикам корпоративной культуры, выдвигаются разнообразные критерии классификации корпоративной культуры. Однако, нет обобщенного понимания типологии корпоративной культуры.

Цель исследования – проанализировать существующие классификации корпоративной культуры и предложить обобщенную типологию корпоративной культуры.

Результаты исследования. На сегодняшний день не существует единого подхода к пониманию сущности термина «корпоративная культура». Наиболее часто используемым является определение организационной культуры, которое дал Э. Шейн: «организационная культура — это паттерн (схема, модель, рамки) коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции,

эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [2].

К. Голд определяет корпоративную культуру как «уникальные характеристики воспринимаемых особенностей организации; то, что отличает её от всех других в отрасли» [4].

В. М. Ячменева и Н. В. Царенко в своей монографии предлагают следующее определение: «корпоративная культура – это совокупность накопленных компетенций, проявляющихся через систему ценностей, отношений, действия и способы ведения бизнеса, которые формируют у членов коллектива конкретного предприятия уникальную, единую для них психологию, что обуславливает индивидуальность предприятия, и благодаря чему выдерживают испытание временем» [6]. Данное определение следует признать наиболее емким и соответствующим текущим тенденциям в сфере управления.

Проблематика исследования корпоративной культуры состоит в сложности выработки единой теоретической схемы, подходящей для изучения данного феномена в различных организациях, которые сами по себе уникальны.

Согласно популярной классификации Р. Куинна и К. Камерона «Модель конкурирующих ценностей» выделяют четыре типа корпоративной культуры с кардинально разными ценностями, представленные в таблице 1.

Известный экономист Дж. Зонненфельд предложил следующую классификацию корпоративной культуры [3]:

– культура «Бейсбольная команда», которая чаще встречается на предприятиях с высокой долей конкуренции. В таких организациях ценятся работники, которые готовы брать на себя ответственность, обладающие инициативой и креативностью;

Таблица 1 – Классификация Р. Куинна и К. Камерона

Параметр	Иерархическая культура	Клановая культура	Рыночная культура	Адхократическая культура
Лидер	«координатор», «наставник», «контролер»	«друг», «отец»	«соперник», «надсмотрщик»	«новатор», «провидец»
Успех	надежность поставок, плавные календарные графики и низкие затраты	термины доброго чувства к потребителям и забота о людях	победа над конкурентами	уникальные и новые продукты и/или услуг
Место работы	очень формализованное и структурированное	очень дружественное, у людей много общего	напряженное, конкурентное	динамичное предпринимательское и творческое
Фокус перспективы	обеспечение стабильности и показателей плавного хода рентабельного	выгода в совершенствовании личности	конкурентные действия, решение поставленных задач и	акцент на росте и обретении новых ресурсов

Параметр	Иерархическая культура	Клановая культура	Рыночная культура	Адхократическая культура
	выполнения операций		достижение измеримых целей	
Главное	прибыль, соответствие регламентам	сплоченность, личная преданность	доля рынка, рентабельность, конкурентное преимущество	творчество и рост

Источник: составлено авторами по материалам [1].

– клубная культура, характерная для стабильных компаний, в которых преобладает командная работа сотрудников, стремящихся достигать поставленных целей. Например, компания Wal-Mart, в основе корпоративной культуры которой лежат жесткие этические стандарты, снижение затрат, удовлетворение запросов потребителей;

– культура по типу Академии, характеризующаяся приверженностью традиционным ценностям и давно сложившимся порядкам. Одобрение получают те сотрудники, которые обладают мастерством и профессионализмом. Компании с такой культурой занимают лидерские позиции в своем сегменте. Например, Coca-Cola, McDonald's и GeneralMotors;

– оборонная или оборонительная культура, которая предусматривает внутриорганизационную конкуренцию. Она свойственна организациям, находящимся на стадии спада или банкротства. Предпочтение отдают профессионалам, которые смогут поддержать компанию на плаву и вывести ее из кризисной ситуации.

Зарубежные психологи Р. Блейк и Дж. Моутон составили типологию корпоративных культур под названием «Управленческая решетка». Ими были выделены такие типы, как [5]:

– загородный клуб, где главное внимание уделяется интересам сотрудников, отдается приоритет выстраиванию хороших взаимоотношений. Такая культура может присутствовать в малых («семейных») организациях или разнообразных профессиональных ассоциациях;

– власть – подчинение (авторитарное руководство), где человеческие аспекты присутствуют в минимальной степени. Руководитель очень заботится об эффективности выполняемой работы, но обращает мало внимания на моральный настрой подчиненных. Строг и требователен к подчиненным, принимает единолично решения. Такие компании отличаются жесткой дисциплиной, иерархичностью, они хорошо и быстро управляемы при кризисных ситуациях, однако сотрудники имеют низкую удовлетворенность трудом и как следствие присутствует высокая текучесть кадров;

– организационное управление, где главным критерием выступает жесткое соблюдение процедур. Руководитель достигает приемлемого баланса между качеством выполнения заданий и хорошим моральным настроением в коллективе. Использует метод «кнута и пряника», сочетает критику с похвалой. Такие организации очень стабильны, предсказуемы, в них легко происходит замена

одного сотрудника на другого, так как главное — процедуры и регламенты, а не личности и их вклад;

– групповое управление, или команда — корпоративная культура, при которой сотрудники объединены общими целями, совпадающими благодаря правильному подходу к мотивации с их личными целями или очень близкими к ним. Здесь руководитель добивается сознательного приобщения подчиненных к целям организации. Производственные успехи обусловлены преданностью людей своей работе. Взаимоотношения основаны на доверии и уважении;

– обедненное (ослабленное) управление — однозначно негативная корпоративная культура, которая подразумевает низкую степень учета интересов сотрудников и такую же низкую степень учета интересов производства.

Для достижения необходимых производственных результатов прикладываются минимальные усилия, достаточные для сохранения членства в организации. Часто встречается в бюджетных и государственных организациях.

Анализ приведенных классификаций позволил авторам предложить типологию корпоративной культуры, выделяющей 5 групп:

1. «Консервативная культура», которая предполагает распределение и регламентацию функций, полномочий и должностных обязанностей, в основании всего находится жесткая иерархическая структура, бюрократия. К ней можно отнести государственные организации, например, Министерство здравоохранения, ГУП РК «Вода Крыма».

2. «Семейная культура», характеризуется иерархичностью, низкой степенью формализации, сотрудники относятся к руководству с уважением, как к «родителям». Например, Платформа для видеосвязи Zoom, где стремятся создать атмосферу второго дома для своего персонала. В компании существует традиция приводить на работу близких, чтобы познакомить их с коллегами и руководством. В первую очередь от человека ожидается не дисциплина, исполнительность, ответственность, а именно способность испытывать абсолютный комфорт, находясь на рабочем месте.

3. «Конкурентная культура», характеризующаяся высокой конкуренцией, стремлением к достижению целей, поощрением мастерства и профессионализма, гибкостью. Примером может быть компания «Renault», которая отличается нацеленностью на результат и гибкостью в подходах. В компанию отбираются сотрудники, которые обладают качествами, совпадающими с ценностями компании: мобильность, вовлеченность и автономность.

4. «Творческая культура» направлена на рост, сотрудники готовы рисковать, поощряется инициатива и креативность, людям присуще высокое чувство ответственности. Например, компания «Johnson & Johnson», где ценят творческий потенциал, гибкость, свежие идеи, социальную ответственность.

5. «Командная культура» предполагает активное участие всех членов команды в анализе проблем и перспектив и планировании совместных действий, оценке и самооценке полученных результатов. В качестве примера можно привести компанию-разработчика ПО для бизнеса и финансов — Intuit. В этой компании активно используют кросс-функциональное сотрудничество, создавая для решения конкретной задачи команду сотрудников из разных отделов. Цель такой команды — глубоко погрузиться в проблему заказчика и объединить свои опыт и знания для предложения ему оптимального решения.

Выводы. Таким образом, подводя итог вышеизложенному материалу, можно сделать вывод о том, что для каждой компании характерен свой тип корпоративной культуры в зависимости от политики компании, ее ценностей и других различных параметров. Конечно, в чистом виде типы корпоративной культуры встречаются редко. Как правило, они в той или иной мере дополняют друг друга. Именно гармоничное сочетание элементов всех типов способствует успеху предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Грошев И. В. Влияние организационной культуры на эффективность деятельности предприятия / И. В. Грошев, Жунчао Ци // Вестник Академии следственного комитета РФ. – 2020. – № 1 (23). – С. 119–123. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44007289> (дата обращения: 29.09.2021).

2. Лазарева И. Е. Организационная культура как фактор успешного развития предприятия / И. Е. Лазарева // Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум: электр. Сб. ст. по мат. IV междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2018. – № 4 (4). – URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/4\(4\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/4(4).pdf)

3. Палевская С. А. Классификации типов корпоративной культуры организации (исторические аспекты) / С. А. Палевская, М. В. Боброва // Бюллетень национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н. А. Семашко. – 2019. – № 3 (4). – С. 65–76 – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41332967> (дата обращения: 30.09.2021).

4. Степанова О. И. Содержательный фундамент понятия корпоративная культура / О. И. Степанова, С. В. Орехова // Студенческий: эл. науч. журн. – 2018. – № 20 (40). – URL: <https://sibac.info/journal/student/40/119435> (дата обращения: 28.09.2021).

5. Чеснокова Ж. А. Развитие лидерства в системе менеджмента качества организации / Ж. А. Чеснокова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 1 (75). – С. 89–91. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37182046> (дата обращения: 02.10.2021).

6. Ячменьова В. М. Корпоративна культура промислового підприємства : формування та розподіл витрат : монографія / В. М. Ячменьова, Н. В. Царенко. – Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2011. – 206 с.

© М. В. Высочина, Е. Ю. Кудрявцева

УДК 070(069)

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И МЕДИАКОНТЕНТ О КСО В СВЕТЕ ТЕОРИИ Н. ЛУМАНА

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND MEDIA CONTENT ABOUT CSR IN THE LIGHT OF N. LUHMANN'S THEORY

Громова Е. Б.,
Ариштович В. В., обучающаяся группы Ж-303
Филиал МГУ им. М. В. Ломоносова, г. Севастополь

E. B. Gromova,
V. V. Arishtovich, student of the group J-303
Branch of Moscow State University M. V. Lomonosov,
Sevastopol

Аннотация

Статья посвящена исследованию корпоративной социальной ответственности (КСО) и сущности устойчивого развития с точки зрения теории Николаса Лумана, изложенной в его фундаментальной работе «Реальность масс-медиа». Обозначаются наиболее распространённые формы современного медиаконтента о КСО, приводятся примеры различных практик социально ответственного предпринимательства через призму их освещения в СМИ.

Annotation

This article is devoted to the study of corporate social responsibility (CSR) and the essence of sustainable development from the point of view of the theory of Nicholas Luhmann, set out in the book «The Reality of Mass Media». The most common forms of media content about CSR and the examples of various practices of socially responsible entrepreneurship are given through the prism of their coverage in the media.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, медиаконтент.

Keywords: corporate social responsibility, sustainable development, media content.

Введение. Сегодня всё чаще в информационной среде звучит необходимость развития корпоративной социальной ответственности, как обязательного условия устойчивого развития бизнеса. Мировая и российская практика демонстрирует внимание к КСО как со стороны больших компаний, так и со стороны СМИ. Однако, отечественные СМИ- репрезентации КСО практик, на наш взгляд, находятся еще в стадии открытия и инновации.

Цель исследования. Проанализировать феномен репрезентации практик корпоративной социальной ответственности в современных отечественных СМИ с точки зрения теории Н. Лумана, изложенной в фундаментальном труде «Реальность масс-медиа» (Луман: 2004).

Результаты исследования. В международном понимании корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса трактуется как добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума ее обязанностей. Сейчас все больше употребляют в качестве терминов-синонимов устойчивое развитие (УР) или ESG (Ecological Social Governance). Эмпирическим материалом исследования послужил медиаконтент (публикации, телевизионные сюжеты, научные статьи), представленные в 2021 году на конкурс «КСО и СМИ» портала «Бизнес и общество» [2].

«На уровне всего общества наблюдение событий само является событием, причём происходящим почти одновременно с событиями наблюдаемыми» (Луман: 46) [6]. И нам самим событием видится уже то, что портал «Бизнес и общество» (учредитель Центр развития филантропии «Сопричастность» и некоммерческое партнерство «Клуб корпоративных филантропов») уже 20 лет призывает СМИ писать о КСО, и, чтобы найти лучших и понимающих в этой теме журналистов, проводит ежегодно конкурс публикаций.

Основные актуальные идеологемы медиаконтента о КСО: немодно быть социально безответственным, а социально-ответственным можно быть даже если

у компании мало денег. Конкурс журнала «Бизнес и общество» в достаточной мере объективно отразил состояние интереса СМИ к КСО, УР и ESG. То есть проще говоря, он показал все категории СМИ текстов, с которыми сегодня может познакомиться аудитория, если захочет. Среди них:

– пиар тексты (выступления в корпоративной прессе, либо в массовой прессе на партнерской основе).

– журналистские тексты (информационные материалы-заметки и репортажи); аналитические материалы (аналитическая публицистика; экспертная аналитика, т. е. аналитика для аналитиков); научные тексты.

«Между информацией (новостями), комментариями и рекламой существует «индуктивное различие», о котором пишет Н. Луман и отделяет одно от другого в главах работы «Реальность масс-медиа». Ибо «каждое из этих описаний использует код информация/неинформация, хотя и реализует его по-разному. Эти реализации различаются по критериям, лежащим в основе отбора информации» (Луман: 44).

Что касается пиар-текстов, которые находят свое место обычно в корпоративной прессе, то это, как правило, проявление особых интересов. Это материалы об инициативах сознательного бизнеса, связанных с помощью людям с ограниченными возможностями, рассказы об энергозаботе бизнеса о гражданах на территории, где работает предприятие, участия бизнеса в экологических акциях. Задают тон этим публикациям менеджеры по связям с общественностью, пиар-сотрудники компаний. Это – еще не та ситуация, когда можно говорить об овладении идеей КСО массовым читателем. Исключение составляет в этом смысле разве что «Опыт ИКЕИ», представленный в форме видеоинтервью. Анна Боброва, бизнес-партнер по устойчивому развитию компании ИКЕА в России, считает, что в современных реалиях вполне возможно выстроить правильную стратегию взаимоотношений с планетой, которая позволит людям бережнее относиться к окружающей среде [8]. Стратегия устойчивого развития компании была принята ещё в 2012 году. На протяжении многих лет компания участвует в различных проектах, например, реализует программу по защите лесов, сокращает количество удобрений и воды, призывает не только сотрудников, но и покупателей заботиться о природных ресурсах. Но, а истории об экономности и социальной ответственности основателя этой компании Ингвара Кампарда уже стали чем-то вроде экологического фольклора.

Пиаровские тексты – в более редких случаях, рассказ о том, какие гранты для социальных предприятий и некоммерческих организаций предоставляет тот или другой ответственный бизнес, т. е. как происходит поддержка социальных предпринимателей, НКО и волонтеров. Например, опыт АО «ОМК» [1]. Грантовые истории этого предприятия очень интересны, ведь если случаи закупок медицинского оборудования для местной больницы, другие способы поддержки медиков во время пандемии – достаточно распространены, то социальные гранты для местного населения – это ещё формирующаяся опция, которая не стала нормой КСО для крупного бизнеса. Поэтому, на наш взгляд, эта тема смело могла бы перешагнуть из корпоративной в массовую прессу с соответствующими журналистскими комментариями. В Крыму, где живут авторы исследования, во всяком случае, такого нет. Есть, например, ежегодная программа ООО «Скворцово». Аграрное предприятие премирует все первые классы

крымских школ новыми партами. Но все свои телевизионные сюжеты, все материалы на эту тему компания – лучший друг крымских первоклассников-размещает либо на своем корпоративном сайте, либо на страницах в социальных сетях, в массовую прессу они попадают на коммерческих основах [5]. И так происходит и с другими ответственными предприятиями, например, с крымской строительной компанией «Монолит», которая развивает арт-кластер на протяжении нескольких лет, устраивает пленэры, вечера поэзии для горожан [4].

Но в целом, подавляющее количество проектов, которые возникают в регионах, это не «импакт-проекты», а симулякры – то есть те самые акции, праздники, которые представляют собой скорее разовые позитивные эпизоды, чем попытку построить систему устойчивого развития в обществе. Очевидно, что имманентность темы КСО превышает ее трансцендентность. Как пиаровский продукт соответствующие тексты оказываются «вещью в себе» и представляют интерес в границах конкретного предприятия в течение небольшого отрезка времени. Иначе говоря, их «фрейм» формирует их познание (Н. Луман 2004: 15), и реальность, которую они создают, достаточно ограничена и даже закрыта для проявления массового интереса к ней. Мы не говорим, что авторы пиар-текстов искажают реальность, но они и не отражают её в границах объективности значения того или иного события, они «самореферентны» (Н. Луман: 21). Часто они лишь популяризируют бизнес-технологии социального взаимодействия, руководствуются «латентными интересами и мотивами» (Луман: 23), остаются на уровне функции, а не темы. Мы можем говорить о пиар-информации, несмотря на название и цели, как оперативной замкнутой и «обособленной» (Луман: 42) системе, которая «воспроизводит собственные операции из себя самой» (Луман: 30) и представляет саму себя, собственную практику, как ориентир. «Тенденциозная пресса может существовать лишь в том случае, если существует не только она одна, но и другие источники независимой информации» (Луман: 43). Пиар-тексты, как правило, другие источники информации не учитывают, поэтому остаются достаточно обособленным, несмотря на свое назначение, медиаконтентом.

Журналистские материалы лучше всего представлены экспертной аналитикой (автор – А. Костин) с анализом трендов, присущих сегодняшней КСО и аналитической публицистикой (О. Базалеев). В первом случае это аналитика для избранного читателя (аналитика для аналитиков), во втором – чтение для мыслящей широкой аудитории. Они характеризуются тем, что можно назвать английским словом *sensemaking* – то есть приданием смысла действиям пиар-служб и т. д. и анализом их действительного влияния на общество. Иначе говоря, они «настаивают на реальности» (Н. Луман: 17).

В прессе оживляется экологическое направление, о котором охотно пишут издания без вмешательства менеджеров по корпоративным коммуникациям, но с учетом экспертного мнения.

В качестве примера можно привести материал, опубликованный в «ТАСС» о льготной «зелёной» ипотеке [7]. Такие публикации отлично выполняют свою функцию – информирование несведущих читателей, которые узнают, что российские банки принимают программы «зеленого» финансирования, а РЖД выпустила «зеленые облигации». Из статьи можно узнать не только общую информацию, но и подробности – о критериях отбора так называемых «зелёных»

домов, изучить особенности практики других стран и информацию о перспективах развития российских экологических стандартов с опорой на мировую практику сертификации (WELL, Fitwel, LEED и английский BREEAM).

Это уже не просто рассказы о том, как использовать многоразовые сумки в супермаркетах и раздельном сборе мусора, хотя такая информация безусловно важна сегодня и представляет основной пафос региональных журналистских публикаций о КСО. Конечно, примеры СО бизнеса, можно трактовать как встроенные в статью партнерские материалы, например, опыт ГК «ИНГРАД» в материале «ТАСС». Достоинство обзорной аналитики – это обобщение практики КСО других стран, где природных ресурсов не так много, как в России. Да и стоит внимания широкого круга читателей и само обращение к теме финансового триггера «зелёной» экономики, то есть банковских кредитов, которые помогут ей развиваться своевременно. Уже все понимают, насколько дорогое удовольствие – «зелёное» строительство.

Выводы. Опираясь на теорию Н. Лумана, изложенную в его фундаментальном труде «Реальность масс-медиа», был проведён анализ российских публикаций в СМИ о феномене КСО и УР. По результатам исследования, авторы выяснили, что в информационном поле преобладают пиар-тексты, а среди журналистских-публицистическо-аналитические материалы, что говорит о недостаточной освоенности темы КСО со стороны массовой аудитории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. АО «ОМК» : объединенная металлургическая компания : [сайт]. – Москва, 1992. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://omk.ru/press/32274/> (дата обращения: 18.09.2021). – Текст : электронный.
2. Бизнес и общество : журнал, ссылка на материал : [сайт]. – Москва, 1999. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://www.b-soc.ru/pppublikacii/rossijskaya-kso-povuyj-etap-v-usloviyah-inerczionnoj-gosudarstvennoj-politiki-i-sohranyayushhejsya-inicziativnosti-biznesa/> (дата обращения: 18.09.2021).
3. Гарант : группа некоммерческих организаций : [сайт]. – Архангельск, 1998. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://ngogarant.ru/library/view/157> (дата обращения: 18.09.2021). – Текст : электронный.
4. Крым ИНФОРМ : информационное агентство : [сайт]. – Симферополь, 2014. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://www.c-inform.info/interviews/id/295> (дата обращения: 18.09.2021). – Текст : электронный.
5. Лента новостей Крыма : информационное агентство : [сайт]. – Симферополь, 2013. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://crimea-news.com/society/2018/08/29/438401.html> (дата обращения: 23.09.2021).
6. Луман Н. Реальность массмедиа [Электронный ресурс] / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с. – (Серия «Образ общества»). – Примечание («Электрон. Версия печ. Публикации»).
7. ТАСС : информационное агентство России, ссылка на материал : [сайт]. – Москва, 1999. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://tass.ru/nedvizhimost/11028633> (дата обращения: 23.09.2021). – Текст : электронный.
8. SDG-media : агентство социальных коммуникаций, ссылка на материал : [сайт]. – Москва, 2013. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://sdg-media.ru/1046-2/> (дата обращения: 23.09.2021). – Текст : электронный.

© Е. Б. Громова, В. В. Ариштович

**РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И
МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

**THE ROLE OF THE ORGANIZATION OF INTERACTION
BETWEEN STATE AND LOCAL AUTHORITIES IN ENSURING
THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS**

Каневский А. А., обучающийся группы ГМУ-б-о-191
Научный руководитель:

Приходько И. И.,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A. A. Kanevskiy, student, gr. GMU-b-o-191
Scientific Adviser:

I. I. Prikhodko,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье проанализирована роль организации взаимодействия органов местной и государственной власти через призму его влияния на развитие региона. Рассчитан уровень корреляции ключевых показателей развития региона, а также составлен механизм влияния этих параметров на развитие регионов РФ.

Annotation

Article analyzes the role of the organization of interaction between state and municipal authorities in ensuring the development of the region. In article calculated the correlation level of the key indicators of the region's development, and the compiled mechanism of the influence of these parameters on the development of the regions of the Russian Federation.

Ключевые слова: взаимодействие государственной и муниципальной власти, бюджетная децентрализация, перераспределение полномочий.

Keywords: interaction of state and municipal authorities, budgetary decentralization, redistribution of power.

Введение. Роль организации взаимодействия органов государственной и местной власти в обеспечении социально-экономического развития России является одним из важнейших дискуссионных вопросов в отечественной науке государственного управления. Исследованию данного вопроса посвящены работы К. С. Касаткина, К. И. Коваленко, Е. М. Ковешникова, В. В. Кудинова, В. И. Лукашука, А.М. Маклудова, Н. Л. Пешина, Н. И. Соломки, С.А. Мункуевой, А. О. Юшкова и др. В трудах перечисленных учёных (кроме А. О. Юшкова и Н. Л. Пешина) практически не практикуется подтверждение теоретических выводов соответствующими эмпирическими исследованиями. Данная работа призвана заполнить этот пробел, чем обуславливается её актуальность.

Цель исследования. Определить роль организации взаимодействия органов государственной и местной власти в обеспечении социально-экономического развития России.

Результаты исследования. По итогам анализа ряда научных работ [2; 3; 5] нами были выявлены две наиболее важные проблемы организации взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления: проблема неоптимального перераспределения полномочий в рамках взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления, а также проблема недофинансирования бюджетов органов местного самоуправления, их зависимости от межбюджетных трансфертов.

Для проверки существенности данных проблем и степени их влияния на экономическое и социальное развитие регионов, проведём соответствующий анализ. В качестве показателей оценки перераспределения полномочий в рамках взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления, а также зависимости местных бюджетов от межбюджетных трансфертов возьмём показатели степени бюджетной децентрализации регионального управления. К ним относят [1]:

- уровень распределения обязанностей муниципальных образований, который отражает долю бюджетных обязательств муниципальных образований в обязательствах региона;

- уровень распределения полномочий муниципальных образований, который отражает долю доходов бюджетов муниципальных образований в доходах региона;

- уровень равномерности бюджетной децентрализации, который отражает степень согласованности обязательств и полномочий муниципальных образований. Чем ближе показатель к 100%, тем менее зависимы органы местного самоуправления от органов государственной власти, и наоборот.

- уровень зависимости субъекта федерации, который отражает долю межбюджетных трансфертов в доходах бюджета региона. Чем ближе показатель к 0 %, тем менее зависим регион от федерального центра.

В исследовании мы не только проанализируем влияние показателей бюджетной децентрализации муниципальных образований на экономическое и социальное развитие регионов, но и сравним его с влиянием бюджетной зависимости субъектов РФ. Таким образом, мы определим, насколько существенны проблемы организации местной власти по сравнению с проблемами регионов.

В качестве показателей экономического и социального развития регионов выберем: среднегодовой темп прироста ВРП, доля населения с доходами за чертой прожиточного минимума и индекс человеческого развития регионов РФ. Исследуемый период – 2014–2018 гг., выбор данного периода обусловлен ограничениями статистического характера (данные по ИЧР регионов России доступны только за 2018 год).

Определим взаимосвязи показателей бюджетной децентрализации между собой и их влияние на экономическое и социальное развитие регионов, используя коэффициент парной корреляции (таблица 1).

Таблица – Уровень корреляции исследуемых показателей

Результурующий показатель \ Влияющий показатель		Внутрирегиональный			Уровень зависимости субъекта
		Уровень распределения обязанностей	Уровень распределения полномочий	Уровень равномерности децентрализации	
Среднегодовой темп прироста ВРП, 2014-2018 гг., %		0,19	0,40	-0,27	-0,80
Доля населения с доходами за чертой прожиточного минимума, 2018 г., %		-0,03	-0,64	0,65	0,72
Индекс человеческого развития, 2018 г.		0,10	0,56	-0,52	-0,84
Внутрирегиональный	Уровень распределения обязанностей	-	0,46	0,23	-0,22
	Уровень распределения полномочий	0,46	-	-0,72	-0,72
	Уровень равномерности децентрализации	0,23	-0,72	-	0,63
Уровень зависимости субъекта		-0,22	-0,72	0,63	-

Примечание: показатели корреляции, демонстрирующие сильную связь, выделены полужирным шрифтом.

Источник: рассчитано авторами с использованием данных [4; 6].

Как видно из таблицы, в большинстве пар показателей бюджетной децентрализации муниципальных образований существенной связи не наблюдается. В свою очередь, отметим сильную связь ($r > 0,7$) уровня зависимости субъекта РФ и показателей экономического и социального развития регионов. Это свидетельствует о том, что в настоящее время качество работы муниципальных образований слабо влияет на развитие России, важнее эффективность работы региональных властей.

Тем не менее, можно наблюдать сильную обратную связь между уровнем распределения полномочий и уровнем зависимости субъекта. Это означает, что, чем более самостоятельна и успешна местная власть, тем более финансово независима, и, соответственно, эффективна региональная власть и тем выше уровень социально-экономического развития регионов (рисунок 1).

Государственные расходы в российских регионах чрезмерно децентрализованы, что связано со снижением темпов регионального экономического роста в последние годы. Собственные доходы муниципалитетов при этом составляют только треть их совокупных доходов (две трети – межбюджетные трансферты), тогда как в 2008–2012 гг. они распределялись приблизительно поровну [7].

Таким образом, муниципальные образования не располагают достаточными ресурсами для финансирования собственных расходных программ. Большинство таких программ финансируется за счет трансфертов из региональных бюджетов, что увеличивает зависимость местных властей от государства. Соответственно, у местных властей нет стимулов более эффективно расходовать бюджетные средства.

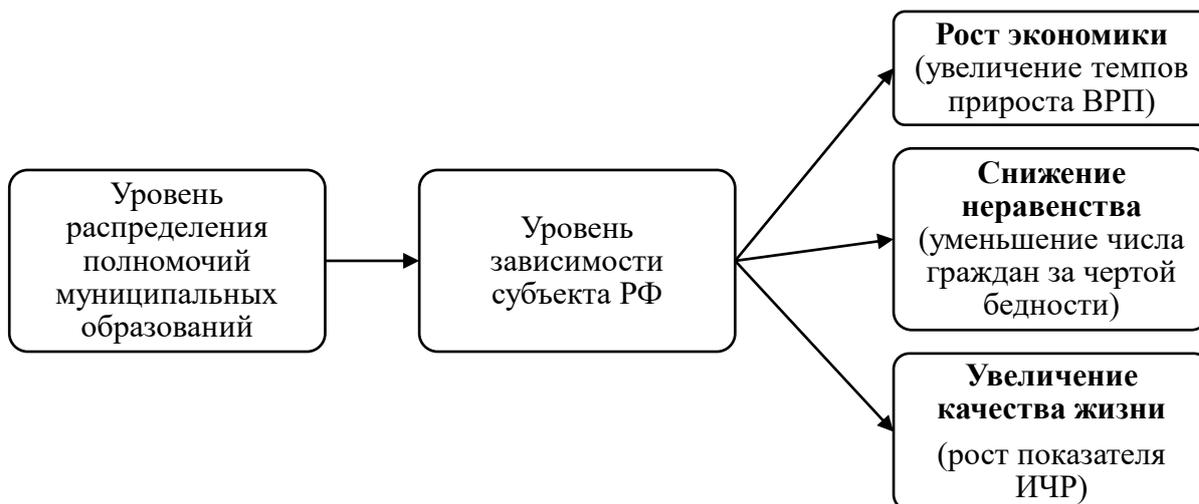


Рисунок 1 – Механизм влияния ключевых параметров эффективности местных и региональных органов власти на развитие регионов РФ
Источник: составлено авторами.

Выводы. Эффективность работы региональных властей оказывает большее влияние на социально-экономическое развитие России, чем качество работы муниципальных образований. Но совершенствование работы местных властей, а именно – повышение их бюджетной самостоятельности и увеличение собственных доходов, позволит увеличить бюджетную независимость региональных властей, что приведёт к повышению качества жизни в регионе в целом. Соответственно, во взаимодействии органов государственной власти и органов местного самоуправления в первую очередь должен быть сделан упор на расширение финансовой самостоятельности муниципальных образований, а не на передачу им обязанностей вышестоящих властей, что поспособствует укреплению местной власти, её переориентацию на поиск наиболее эффективных форм взаимодействия с населением и бизнесом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Васильева В. М. Как измерить децентрализацию и федерализм? // Государственная политика и управление: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. М. Васильева, Е. А. Колеснева, И. А. Иншаков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 441 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/434293> (дата обращения: 15.05.2021).
2. Касаткин К. С. Местное самоуправление в РФ: проблемы взаимодействия с органами государственной власти / К. С. Касаткин // Восточно-Европейский научный вестник. – 2015. – № 2 (2). – С. 43–46.
3. Маклудова А. М. Актуальные проблемы взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления, препятствующие повышению уровня эффективности муниципального управления / А. М. Маклудова // Устойчивое развитие науки и образования. – 2019. – № 11. – С. 47–57.
4. Официальная статистика / Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – 2021. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения: 14.05.2021).

5. Пешин Н. Л. Государственная власть и местное самоуправление в России: проблемы развития конституционно-правовой модели / Н. Л. Пешин. – М. : Статут, 2007. – 461 с.

6. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс»: [сайт]. – 2021. – URL: <https://docs.cntd.ru> (дата обращения: 14.05.2021);

7. Юшков А. О. Бюджетная децентрализация и региональный экономический рост: теория, эмпирика, российский опыт / А. О. Юшков // Экономический портал: [сайт], 2021. – URL: <https://institutiones.com/general/2741-byudzhelnaya-decentralizaciya-regionalnyi-ekonomicheskii-rost.html> (дата обращения: 13.05.2021).

© А. А. Каневский

УДК 338.1

РЕПУТАЦИОННОЕ ПОЛЕ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ¹

REPUTATION FIELD FOR STAKEHOLDERS

Плотников А. В., к. э. н., доцент

Боровых К. О., аспирант

ФГАОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический университет»,
г. Пермь

A. V. Plotnikov,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

K. O. Borovyh, postgraduate student,

PNRPU, Perm

Аннотация

В работе рассматриваются теоретические аспекты управления репутацией для стейкхолдеров, обобщается понятие репутационное поле в контексте ценностей для инвесторов, потребителей, сотрудников, общества и иных заинтересованных сторон. В работе визуально показано, что ценности формируют репутацию.

Annotation

The paper considers the theoretical aspects of reputation management for stakeholders, summarizes the concept of a reputation field in the context of values for investors, consumers, employees, society and other stakeholders. The paper visually shows us that values form a reputation.

Ключевые слова: стейкхолдеры, заинтересованные стороны, управление репутацией, репутация компании, репутационное поле.

Keywords: stakeholders, reputation management, company reputation, reputation field.

Введение. Сейчас многие компании заботятся о своем образе не только для внешних клиентов, но и для внутренних. На рынке труда высокая конкуренция и

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-310-70042

компаниям приходится бороться за талантливых сотрудников. По этой причине репутация компании в глазах такого стейкхолдера, как сотрудники компании, особенно важна. Одним из важнейших факторов, влияющих на узнаваемость компании, является ее корпоративная культура, от которой зависит эффективность работы сотрудников. Она складывается на основе внутренних убеждений и ценностей, влияет на формирование корпоративного имиджа и репутации, а также на финансовую эффективность компании.

Репутация – не имманентная составляющая бизнеса. Успех в ее формировании зависит также от умения компании «слышать» тех, кто ее окружает, быть открытой, обладать синтетическим мышлением – уметь создавать качественно новое, оригинальное. Хорошим вариантом демонстрации управления репутацией является отчетность. В настоящее время существует множество компаний, которые время от времени предоставляют общественности социально-ответственный отчет, призванный показать и рассказать населению то, какие мероприятия были проведены компанией в социальной сфере [1].

Цель исследования. На основе различных источников, методов индукции и дедукции, а также абстракции обобщить понятие репутационное поле компании.

Результаты исследования. Основная цель компании – это создание ценности для стейкхолдеров. Реализация миссии и стратегии, а также создание ценности, которая направляется во внешнюю и внутреннюю среду, создает репутационное поле (рисунок 1).

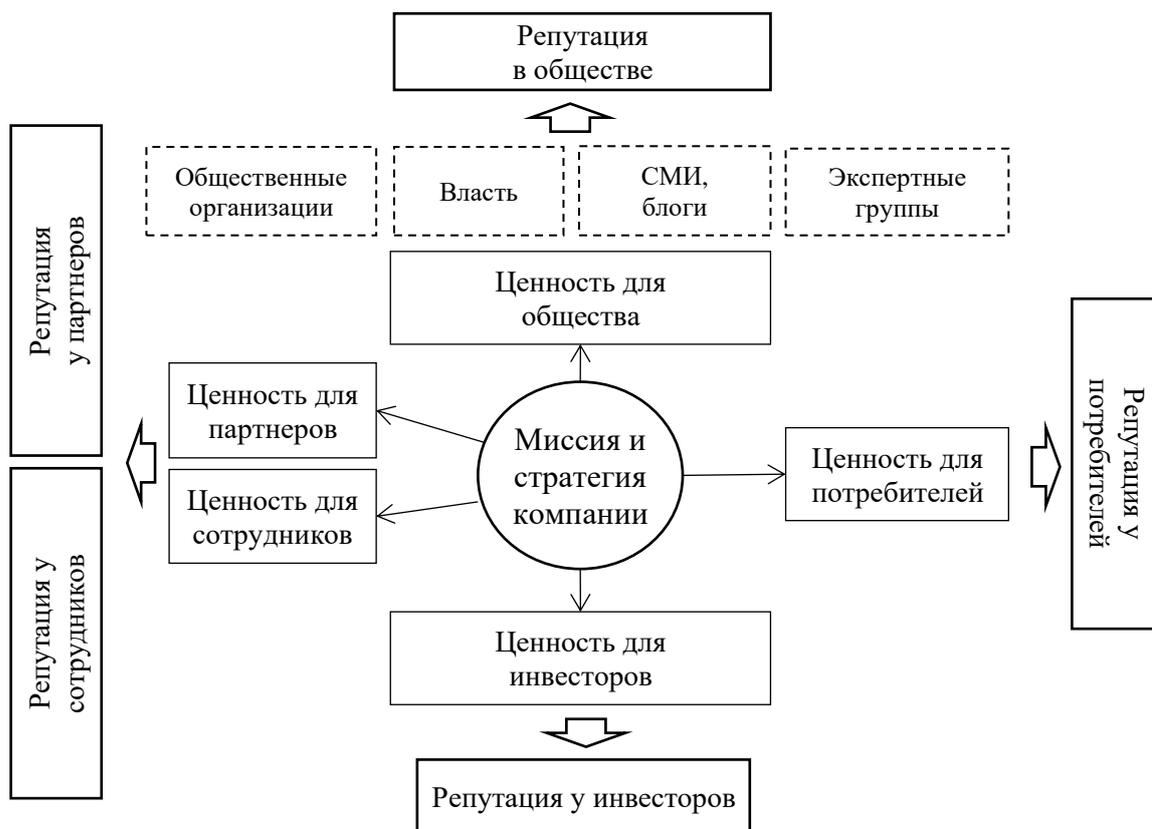


Рисунок 1 – Репутационное поле
 Источник: составлено авторами по материалам [1; 3; 4].

Под репутационным полем компании подразумевают совокупность физических и юридических лиц, которые своим действием или бездействием способны оказать существенное влияние на репутацию компании. Оно имеет комплексный, междисциплинарный характер.

Управление деловой репутацией представляет собой замкнутый цикл, который начинается и заканчивается репутационным аудитом. Даулинг Г. [2] сообщает, что все дальнейшие действия – формирование, управления, корректировка – должны основываться именно на аудите, он является первостепенным этапом работы. По мнению автора, алгоритм действий должен выглядеть следующим образом: тщательная оценка имиджа и репутации среди групп стейкхолдеров компании; аналогичный аудит конкурирующих организаций; определение характеристик идеальной организации в определенной отрасли. Деловая репутация – один из важнейших факторов долговременного и устойчивого развития компании в настоящее время. Положительная деловая репутация – дополнительный источник выгод, как для самой компании, так и для заинтересованных сторон, активно взаимодействующих с ней. Репутация служит значимым экономическим рычагом в стратегическом развитии организации, а также устойчивым конкурентным преимуществом на рынке в условиях его постоянной изменчивости и нестабильности. Существует множество факторов, которые влияют на мнение заинтересованных групп о компании. К ним относятся корпоративная социальная ответственность, культура внутри компании, ценности, доносимые до групп стейкхолдеров и т. д.

Управление деловой репутацией зачастую начинается еще задолго до создания визуальных атрибутов, например, логотипа. Первым этапом формируется миссия организации, ее предназначение. Затем выделяется корпоративная индивидуальность – образ жизни компании.

Далее создается набор коммуникативных средств – девизы, слоганы, логотип, ритуалы. Так, в результате совокупных корпоративных коммуникаций, в том числе и маркетинговых, формируется корпоративный имидж компании, ее деловая репутация [5].

Выводы. В современном мире стоимость множества продуктов в большей степени зависит не от материальных затрат, а от впечатлений, которые получает потребитель во время использования продукта. Качество изготавливаемых товаров или оказываемых услуг остается важным фактором при выборе, но решающими становятся положение компании на рынке, ее узнаваемость и репутация. Потребители покупают не просто продукт, а отношение к компании. По этой причине хорошая репутация – необходимость. А процесс управления деловой репутацией – неотъемлемая часть современного менеджмента. Таким образом, деловая репутация становится первостепенным фактором, от которого зависит устойчивое положение компании на рынке. Успешно проведенная политика в области управления репутацией позволит компании длительное время осуществлять свою деятельность на рынке, сохранять клиентов и постоянно привлекать новых, быть конкурентоспособной и привлекательной как для сотрудников (в том числе и потенциальных), так и для инвесторов. Грамотные действия и выверенная стратегия смогут даже сгладить последствия каких-либо неблагоприятных действий организации. При этом собственникам бизнеса и управленцам важно всегда помнить, что хорошая репутация и стабильная

прибыль – это не окончание работы над репутацией, бездействие может привести к быстрым переменам: снижению лояльности потребителей, появлению негатива, изменением условий сотрудничества и инвестирования. Процесс управления должен быть непрерывным, в таком случае, он будет успешным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Галкин В. В. Формирование системы репутационного менеджмента компаний в условиях инновационной экономики // *Пространство экономики*. – 2008. – № 2–2. – С. 5.
2. Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М., 2003.
3. Карнаухова Н. А. Управление коммуникационно-репутационным полем организации / Н. А. Карнаухова // *Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология*. – 2014. – № 1 (25). – С. 148–164.
4. Комиссарова М. Н. Паблик рилейшнз: учебно-методическое пособие для студентов / М. Н. Комиссарова. – Магнитогорск : ФГБОУ ВПО «МаГУ», 2013. – 147 с.
5. Кузьмина Е. Ю. Деловая репутация компаний: необходимость формирования и проблемы / Е. Ю. Кузьмина, И. В. Соклакова // *Управление*. – 2016. – № 4 (14). – С. 3.

© А. В. Плотников, К. О. Боровых

УДК 334.012.35

ПРИНЦИПЫ И МОДЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

PRINCIPLES AND MODELS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN A MARKET ECONOMY

Святохо Н. В., к. э. н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N. V. Svyatokho,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В условиях кризиса и посткризисной ситуации господдержка как средство минимизации рисков, повышения надежности реализации масштабных модернизационных проектов в разных секторах национальной экономики становится крайне привлекательной для частного бизнеса, в связи с чем актуализируется необходимость изучения принципов и моделей государственно-частного партнерства.

Annotation

In the conditions of the crisis and post-crisis situation, state support as a means of minimizing risks, increasing the reliability of the implementation of large-scale modernization projects in various sectors of the national economy becomes extremely attractive for private business, and therefore the need to study the principles and models of public-private partnership is actualized.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, принципы государственно-частного партнерства, модели государственно-частного партнерства.

Keywords: public-private partnership, principles of public-private partnership, models of public-private partnership.

Введение. Поиск новых подходов к формированию в Российской Федерации действенной системы регулирования государственно-частного партнерства обусловлен необходимостью обеспечения высоких темпов экономического роста страны, что предусматривает реформирование существующей экономической модели, которая характеризуется недостаточным привлечением инвестиций (в т. ч. иностранных), низкой степенью участия государства в глобальных цепочках добавочной стоимости и существенными рыночными диспропорциями.

В Российской Федерации государственно-частное партнерство (далее – ГЧП) определено одним из ключевых механизмов реализации политики модернизации экономики, решения важнейших социально-экономических проблем. Его высокая эффективность как формы взаимодействия государства и бизнеса доказана опытом многих стран мира. Сегодня актуализировались объективные обстоятельства для внедрения этих механизмов.

Существенный вклад в развитие теории и практики партнерского взаимодействия государства и бизнеса внесли ряд отечественных и зарубежных исследователей, таких, как А. Акинтое, М. Бек, Б. Вайс, М. Геддс, Ю. Копеньян, П. Розенау, Е. Савас, Г. Тесман, К. Хардкасл, Г. А. Ходж, А. Х. В. Хам, В. Белицкая, В. Г. Варнавский, М. В. Вилисов, М. А. Дерябина, В. А. Михеев и др. Следует отметить, что теоретико-методологический анализ сущности и особенностей указанного явления, изучение механизмов государственного регулирования развития ГЧП в Российской Федерации, а также формирование стратегии ГЧП как механизма взаимодействия власти и бизнеса, внедрение ее принципов, идей и элементов в качестве идеологии на всех иерархических уровнях национальной экономики РФ являются крайне актуальными задачами.

Целью исследования является изучение принципов и моделей государственно-частного партнерства в рыночной экономике.

Результаты исследования. Анализируя научные подходы к проблематике государственно-частного партнерства, пониманию органами государственной власти места и роли ГЧП в системе госуправления, в региональном развитии, процессах управленческой и финансовой децентрализации, в современной парадигме социальной ответственности бизнеса, моделях обеспечения предоставления качественных социально важных услуг, стратегиях инфраструктурной модернизации государства, можно говорить про широкую передачу государственных компетенций частному сектору, что дает возможность лучшей реализации возможностей партнеров.

Теоретико-методологические подходы к определению ГЧП включают широкое и узкое понимание данной дефиниции, выделяя при этом институциональные, управленческие, экономические особенности и ресурсные, функциональные либо юридические аспекты реализации партнерства государства и частного сектора. Отношения государства и бизнеса в моделях ГЧП, находясь в правовых рамках договорных обязательств, решают в целом задачи не только

непосредственно создания или восстановления разномасштабных по техническим характеристикам объектов, но обеспечивают действие отдельных механизмов регулирования экономики, оптимизируют общественный сектор (управление объектами государственной собственности, предоставление общественных услуг) и частично компенсируют отдельные потребности государственной финансово-бюджетной системы.

Проекты ГЧП имеют ряд преимуществ по сравнению с проектами, реализуемыми государственным и частным партнером единолично, а именно:

1. Создание предпосылок для реализации масштабных эффективных инновационных и инфраструктурных проектов в кратчайшие сроки за счет увеличения объемов их финансового и иного ресурсного обеспечения.

2. Интенсификация инвестиционной активности в сфере реализации инфраструктурных и других проектов.

3. Сокращение публичных затрат на реализацию проекта и обеспечение наиболее эффективного и оптимального соотношения «цена–качество» в госсекторе за счет улучшения распределения рисков, инноваций, использования активов и методов управления ГЧП.

4. Распределение рисков между партнерами при реализации ГЧП в соответствии с эффективностью управления ими.

5. Повышение уровня эффективности реализации целого ряда видов деятельности госсектором при использовании технологий управления, применяемых в практике частного бизнеса.

6. Освобождение государства от существенной доли организационной и временной нагрузки через перераспределение ответственности за предоставление некоторых госуслуг в результате реализации ГЧП-проектов.

7. Повышение качества услуг, их инфраструктурных и иных возможностей по сравнению с устоявшейся моделью государственных закупок вследствие интеграции производителей услуг, экономии на масштабности проекта, а также внедрения инноваций при использовании ГЧП.

Сущность ГЧП состоит в привлечении государством частного капитала к решению задач, имеющих общегражданское значение – социальных, технических, экономических, экологических и т. д. Потребность в ГЧП вытекает из ряда причин. Самая существенная причина – наличие разрыва между поставленными общественными задачами и имеющимися в распоряжении государства ресурсами, а также ограниченность возможностей передачи определенных объектов в частный сектор полностью.

Что же касается принципов государственно-частного партнерства, то они должны отражать его сущность. Данные принципы исследуются в работах ряда ученых и научных школ, а также положены в основу законодательных актов различных стран мира. Проанализировав формулировки принципов ГЧП в зарубежной и отечественной нормативно-правовой базе и научных исследованиях, на наш взгляд наиболее важными его принципами являются:

- равноправие перед законом государственного и частного партнеров;
- прозрачность и доступность процедур и правил при осуществлении партнерства;

– осуществление проектов в рамках ГЧП с учетом целей как публичного и частного партнеров, так и населения, потребителей, иных заинтересованных сторон;

– определение частного партнера на конкурсной основе, причем доступ к конкурсу должен осуществляться свободно, без отсутствия какой-либо дискриминации участников;

– справедливое распределение между сторонами рисков, выгод, гарантий и обязанностей, предусмотренных соглашением о ГЧП;

– добросовестное и взаимовыгодное сторон соглашения о ГЧП;

– неизменность правового режима, действующего на момент заключения соглашения о ГЧП, в течение всего срока действия данного соглашения;

– эффективное управление проектом с участием публичного и частного партнеров и субъектов финансирования с соблюдением баланса их прав и интересов.

Обобщая вышесказанное, принципы ГЧП можно сформулировать следующим образом: верховенство права; эффективность проектов ГЧП; социальная направленность регулирования экономической деятельности; баланс интересов и рисков между государством и частным партнером; приоритет гражданских интересов; гласность; прозрачность правил и процедур; добросовестная конкуренция; равноправие партнеров; свобода договора; охрана окружающей природной среды; гарантирование источников партнерских ресурсов; экономическая паритетность; экономико-социо-экологическая эффективность реализации проектов ГЧП; ответственность сторон за выполнение условий договора про сотрудничество; полнота раскрытия информации про реализацию и последствия ГЧП.

Поскольку все рассмотренные выше ключевые особенности ГЧП являются вариативными, воспользуемся понятием «модель» реализации проекта на основе ГЧП, которое включает в себя эти характеристики. Следует отметить, что модели ГЧП чаще всего имеют отраслевые или секторальные особенности, отражающие различные потребности государства в развитии инфраструктуры.

Рассматривая международный опыт стран, внедряющих механизмы ГЧП, можно выделить несколько основных направлений, которые реализуются в соглашениях партнерства государства и частного собственника: соглашения на управление; лизинговые (арендные) соглашения; концессионные модели.

На основе анализа источников можно выделить особенности договорных форм реализации проектов ГЧП в мире (рисунок 1).

Соглашение ГЧП, в которых необходимо создание (строительство) новых объектов (Greenfield project), предусматривают, что частный партнер самостоятельно или в коллаборации с государством строит и управляет вновь созданным объектом на определенный в проектом соглашении срок. Причем частник берет на себя большую часть финансового и операционного риска и возвращает свои инвестиции в течение всего периода реализации проекта.

Соглашения, при которых частный субъект обычно улучшает (реконструирует) уже существующий актив, а не создает новый, т. е. восстанавливает, расширяет либо обновляет имущество (Brownfield contract), по экономической сущности схожи с Greenfield project. Модели Brownfield contract представлены на рисунке 2.



Рисунок 1 – Договорные формы реализации проектов ГЧП в мире
 Источник: составлено автором по материалам [3].

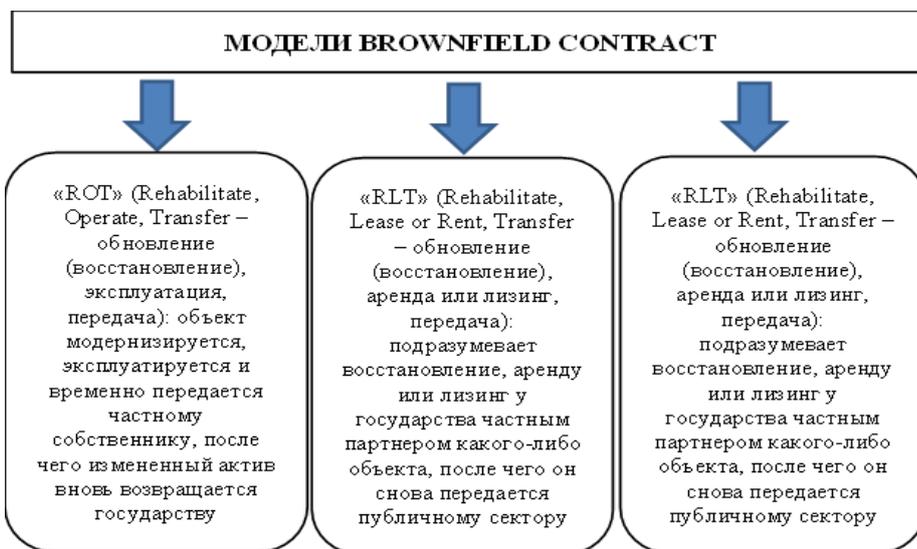


Рисунок 2 – Модели Brownfield contract
 Источник: составлено автором по материалам [1; 2; 4].

Также существуют модели форм сотрудничества государственного и частного секторов, не основанные на контрактах.

«Либерализация» изменяет структуру определенного сектора экономики так, что частные компании могут войти в него и конкурировать на нем, не будучи обязанным делать это по контракту. Разные формы продажи госкомпаний также связаны с передачей прав собственности, но они могут осуществляться вне рамок договоров. Совместные предприятия муниципалитетов и частных компаний, как правило, создаются за счет распределения части акций между ними.

Выводы. Попытка классификации моделей ГЧП не в состоянии охватить все разнообразие возможных путей привлечения частного капитала к сотрудничеству с госсектором. Большое количество моделей ГЧП и их подвидов обеспечивает необходимую гибкость в соответствии с ожиданиями государства, широкий охват реальных условий осуществления инвестиционных проектов, и в первую очередь относительно справедливого распределения многочисленных рисков между партнерами. Правильная оценка возможностей и потенциала каждой стороны участницы ГЧП непосредственно влияет на выбор модели ГЧП и вероятность успешной реализации инфраструктурного проекта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Государственные инвестиции и государственно-частное партнерство / Б. Акитоби, Р. Хемминг, Г. Шварц ; пер. с англ. – Washington, D. C. : International Monetary Fund, 2007. – 22 с.

2. Грибовский А. В. Государственно-частное партнерство как инструмент стимулирования инновационной деятельности в научно-технической сфере Российской Федерации / А. В. Грибовский. – URL: <http://www.riep.ru/upload/iblock/292/292e3e8eafb1f67f6fef1049d3952c60.pdf> (дата обращения: 04.10.2021).

3. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. – URL: <http://institutiones.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html> (дата обращения: 04.10.2021).

4. Еганян А. С. Инвестиции в инфраструктуру: деньги, проекты, интересы. ГЧП, концессии, проектное финансирование. – М. : Альпина Паблишерз, 2015. – 720 с.

© Н. В. Святохо

УДК 005.35

КОРПОРАТИВНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

CORPORATE AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AND GOVERNMENT

Тимофеев Р.А., к. э. н., доцент

Генералов Д. С., обучающийся группы М-1-18
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», г. Казань

D. S. Generalov, student, gr. M-1-18

R. A. Timofeyev,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kazan State Energy University, Kazan

Аннотация

В работе рассмотрены вопросы классической модели корпоративной социальной ответственности (КСО). Проанализированы вопросы взаимодействия всех участников классической модели корпоративной социальной ответственности. Представлены выводы о существующих проблемах в российской экономике в области современной КСО.

Annotation

The paper deals with the issues of the classical model of corporate social responsibility (CSR). The issues of interaction of all participants of the classical model of corporate social responsibility are analyzed. Conclusions on the existing problems in the Russian economy in the field of modern CSR are presented.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, бизнес, власть, сотрудник, руководитель.

Keywords: corporate social responsibility, business, power, employee, manager.

Введение. Бизнес не может существовать отдельно, сам по себе. Он вступает во взаимоотношения с обществом и властью: лицами и организациями, которые тем или иным способом влияют на деятельность компании. Эти отношения имеют вполне определенную формулировку: «социальная ответственность – обязательства организации, учитывающие принятую ею ответственность за решение социальных проблем своего персонала, местного населения и общества в целом» [1].

Классическая модель корпоративной социальной ответственности (КСО) ориентирует бизнес на улучшение качества атмосферы внутри компании и отношений с представителями власти инвестируя часть прибыли в улучшение условий труда для своих сотрудников и развитие региона, в котором осуществляется деятельность.

Классическая модель КСО эффективна только в развитом и открытом обществе. Например, успешное решение социальных проблем возможно только при наличии реального рынка труда, где есть возможность оперативного и экономически оправданного перераспределения рабочей силы. Работодатель заинтересован в квалификации работников, их лояльности к компании, поэтому он обеспечит свою привлекательность и предложит потенциальному сотруднику наиболее выгодные условия.

Цель исследования. Рассмотреть теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности и рассмотреть взаимосвязь между работодателем, сотрудником и властью.

Результаты исследования. Проведенные исследования показали, что всех участников корпоративных и социальных отношений можно условно разделить на три группы [3]:

- общество, они же работники;
- бизнес (работодатели);
- власть.

У каждой из них есть определённые цели и ожидания от взаимодействия друг с другом. В достижение этих целей участники отношений не всегда могут

рассчитывать на участие государства. Но от них всегда зависит гармоничное развитие общества.

Таким образом, все три группы должны принимать активное участие в развитии социальных отношений. В этом случае КСО перестают быть только корпоративным делом и переходят на более высокий уровень [2].

Целью любого бизнеса всегда является получение прибыли. Если рассматривать деятельность предпринимателей с точки зрения социальных отношений, то можно проследить его основные интересы:

- расширение рынка сбыта на продукцию и услуги;
- повышение интереса к компании со стороны инвесторов;
- привлекательность компании на рынке труда;
- уверенность в безопасности права собственности объектов недвижимости;
- хорошие отношения с властью как минимум своего региона.

Вполне логично, что человек стремится улучшить условия жизни: обеспечить себя, свою семью жильём, дать детям образование, быть уверенным в том, что при необходимости он получит медицинскую помощь и т. д. Поэтому у сотрудников свои интересы и ожидания от социальных отношений:

- достойная оплата за свой труд;
- улучшение и безопасность условий труда;
- уважение своих прав;
- социальный пакет (страховка, пенсионные отчисления, оплачиваемый отпуск, детский сад и т. д.);
- безопасность имущества;
- помощь в получении профессионального образования;
- поддержка творческих идей со стороны работодателя.

Власть всегда стремится к упрочнению своих позиций росту признания. Исходя из этой цели её интересы в социальных отношениях следующие:

- повысить поступления средств в бюджет региона;
- создать условия, при которых трудоспособное население будет стремиться остаться в регионе;
- сосредоточить в своих руках средства контроля в своём регионе;
- стимулировать работодателей к решению социальных вопросов;
- получить положительную оценку своей деятельности от вышестоящего звена.

При активном взаимодействии всех участников отношений выигрывает общество в целом. Оно получает:

- сохранение рабочих мест и создание новых;
- создание социально значимых объектов;
- благоустройство населённых пунктов;
- создание инфраструктуры.

Все участники КСО находятся в непрерывном взаимодействии друг с другом [1].

Работодатель – сотрудник. Для успешного ведения бизнеса работодатель заинтересован в налаживании максимально открытых отношениях с наёмным коллективом. Именно на их основе строится классическая модель КСО. Более того, стандарты этой модели сформулированы в единый стандарт организацией Social Accountability International (последняя версия от 2001 года) и основаны на

13 принципах международных конвенций по правам человека. Он ориентирует работодателя на улучшение условий труда и взаимопонимания руководящего звена и сотрудников.

Кроме того, в 2008 году Всероссийской организацией качества разработан и введен в действие стандарт CSR/КСО. Он включает в себя все пункты социальной ответственности: требования по безопасности труда, охраны окружающей среды и природных ресурсов, участия в социальных мероприятиях.

Учитывая, что взаимоотношения между работодателем и работником регулируются тем или иным стандартом КСО, сотрудники имеют знать, как и кем на предприятии принимаются решения, касающиеся установления социальных приоритетов. Это даёт уверенность в том, что принятые решения будут реализованы [1].

Взаимодействия «работодатель – власть/общество». Руководство заинтересовано в активном участии бизнеса в развитии региона. Предприниматели должны быть уверены, что планирование и реализация социальных программ осуществляется по понятным и прозрачным правилам. Так же важна уверенность в том будет выдержана политика поддержки предприятий, например, участие в конкурсах, аукционах и т. д.

Не существует общих рекомендаций для разработки таких правил, поэтому в каждом регионе они адаптированы к экономической, территориальной, даже национальной специфике.

В любом случае, бизнес может рассчитывать, на активность власти, а именно:

- содействие в распространении информации о компании до заинтересованных сторон;
- содействие в привлечении инвесторов;
- не будет скрывать информацию о возможных рисках;
- помощь в решении кадрового вопроса.

Что касается последнего пункта, власть является своего рода «проводником» между работодателем и работником. Если представители руководства региона досконально изучили потребности предприятий в кадрах и интересы работников, в их компетенции создать условия для перераспределения рабочей силы в регионе. В случае, если возникнут сложности, власть имеет возможность выйти с конкретными предложениями на федеральный уровень КСО в России [3].

Чтобы механизм классической модели КСО действительно работал, необходима открытость общества, чтобы каждый участник этих отношений знал о своих правах и понимал степень своего участия в процессе.

К сожалению, в России эта, казалось бы, идеальная модель отношений, очень часто не работает. Это происходит по ряду причин:

- КСО часто рассматривают как спонсорство/меценатство;
- в подходе к социальному инвестированию отсутствует какая-либо система;
- расходование собранных средств зачастую непрозрачно;
- понимание КСО политизировано.

Эта проблема наиболее актуальна в условиях небольших моногородов – территории зачастую замкнуты, в населенных пунктах слабо развита инфраструктура, дефицит рабочих мест, ограниченные поступления в бюджет.

Здесь очень важно взаимодействие и открытые отношения между властью и бизнесом. Предприниматель не в состоянии устранить эти проблемы, хотя бы потому, что не имеет возможности принятия социально значимых решений даже на уровне районного центра.

Выводы. В заключение, необходимо отметить, что сегодня региональная власть становится дополнительной силой, которая может обеспечить баланс социально-экономических интересов и рисков. Чем глубже понимание регионального руководства его роли в системе социальной ответственности, тем эффективней будут его действия и используемые инструменты, в развитии эффективной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Демидов Е. Е. Корпоративная социальная ответственность: сообразим на троих / Е. Е. Демидов, М. И. Николаева. – URL: https://www.cfin.ru/anticrisis/macroeconomics/government_program/csr.shtml (дата обращения: 25.09.2021).

2. Завьялова Е. Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов к ней. – URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/643/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-ehvolucsiya-podhodov-i-idej.pdf> (дата обращения: 26.09.2021).

3. Социальная ответственность / Mbnsppb.ru. – URL: <https://mbnsppb.ru/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost/> (дата обращения: 26.09.2021).

© Р. А. Тимофеев, Д. С. Генералов

УДК 334.021

МЕХАНИЗМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ ALIBABA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MECHANISMS ON THE EXAMPLE OF THE ALIBABA GROUP HOLDING LTD

Чубарков И. Е., обучающийся группы НАУ20-4

Вертий Е. А., обучающийся группы НАУ20-7

Научный руководитель:

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации», г. Москва

I. E. Chubarkov, student, gr. НАУ20-4

E. A. Vertiy, student, gr. НАУ20-7

Scientific Adviser:

N. V. Tskhadadze,

Doctor of Economic Sciences, Professor

Financial University under the Government of Russian

Federation, Moscow

Аннотация

В данной статье рассматривается опыт компании Alibaba в сфере корпоративной социальной ответственности для борьбы с неравенством доходов в Китае.

Annotation

This article examines Alibaba's experience with social responsibility to reduce income inequality in China.

Ключевые слова: Alibaba, бизнес, Китай, корпоративная социальная ответственность, неравенство доходов.

Keywords: Alibaba, business, China, corporate social responsibility, income inequality.

Введение. Вопреки всем достижениям китайской экономики и длительному устойчивому развитию страны в целом, там остается актуальной проблема неравенства доходов. Так, например, согласно заявлению премьер-министра КНР Ли Кэцзяна, 600 миллионов китайцев (41 % населения) зарабатывают всего 1000 юаней (\$150) в месяц [6]. Поэтому механизмы КСО (корпоративной социальной ответственности) представляются подходящим инструментом для решения данной проблемы.

Несмотря на важность корпоративной ответственности бизнеса, степень ее изученности все еще остается небольшой. Как считают авторы, это связано с тем, что сами компании не так давно стали уделять внимание этому вопросу и еще не до конца сформировали свою политику в этой области.

Цель исследования. Рассмотреть реализации механизмов КСО в условиях экономики КНР на примере группы компаний Alibaba.

Результаты исследования. Прежде всего, стоит указать определенные макроэкономические показатели КНР, необходимые для анализа проблем неравенства доходов (таблица 1).

Таблица 1 – Макроэкономические показатели Китая

Население	1 442	Миллионов
Взрослое население	1 105	Миллионов
ВВП	13 394	\$ на совершеннолетнего
Среднее значение благосостояния	67 771	\$ на совершеннолетнего
Медиана благосостояния	24 067	\$ на совершеннолетнего
Национальное богатство	74.9	триллионов долларов США
Доля богатства 1 % богатейшего населения страны в общей доле национального богатства	30.6	Процентов
Число долларовых миллионеров	5 279	тысяч человек
Число людей в 10 % крупнейших обладателей мирового богатства	99 114	тысяч человек
Число людей в 1 % крупнейших обладателей мирового богатства	4 887	тысяч человек

Источник: составлено авторами по материалам [2].

Как видно из данных таблицы 1, показатель ВВП на совершеннолетнего в Китае составляет \$13 394, что значительно меньше, чем тот же показатель в Японии (\$46 812), Южной Корее (\$37 340) и Сингапуре (\$69 049) – других странах Азиатско-Тихоокеанского региона. При этом так же важно соотношение между

показателями среднего значения благосостояния и медианы благосостояния (в данном случае оно больше, чем в 2,5 раза). В странах, где богатство сосредоточено у небольшого процента людей, среднее значение намного выше медианы. И, наконец, тот факт, что 1 % населения страны владеет 30,6 % национального богатства. Эти данные подтверждают тезис о том, что в Китае существует высокая дифференциация населения по доходам.

В связи с этим коммунистическая партия КНР, возглавляемая Си Цзиньпином, поставила цель «содействовать социальному равенству, справедливости и всестороннему развитию человека, чтобы все люди могли уверенно продвигаться к цели общего процветания» [7]. Это также отразилось на политике китайских компаний в направлении развития корпоративной социальной ответственности.

Так, в начале сентября 2021 года одна из крупнейших китайских компаний Alibaba, занимающаяся электронной коммерцией, пообещала выделить 100 млрд юаней (\$15,5 млрд) в течение 5 лет (что эквивалентно двум третям ее чистой прибыли в прошлом году) на проекты, которые соответствуют призыву председателя КПК [5]. Важно отметить, что эта мера не была полностью добровольной, поскольку корпорация также преследовала цель ослабить пристальное внимание правительства к технологическому сектору.

Alibaba не входит в топ-100 компаний по уровню КСО, согласно отчету компании Corporate Knights. Более того, всего 2 китайские компании входят в этот рейтинг: Lenovo Group Ltd (техника) и Byd Co Ltd (автомобилестроение) [4]. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что китайские корпорации в целом характеризуются низким уровнем корпоративной социальной ответственности. В этом контексте, именно Alibaba, как крупнейшая платформа для электронной торговли, может стать одним из драйверов борьбы с бедностью в КНР.

Социальная деятельность компании началась в 2008 году, после разрушительного землетрясения, когда Alibaba организовали сбор средств для пострадавших с помощью созданной платформы. Позже исполнительный директор компании отметил: «Мы твердо верим, что использование бизнес-методов для поддержки общества и населения — это лучший способ для Alibaba выполнить возложенную на нее социальную ответственность». Важной частью этого подхода стала стратегия фокусной электронной коммерции, которая сокращает цифровой разрыв для сельской местности по сравнению с городами [1].

На 2021 год компании выбрала следующими приоритетные сферы КСО (рисунок 1):



Рисунок 1 – Приоритетные сферы развития КСО Alibaba Group Holding LTD на 2021 год

Источник: составлено авторами на основе материала [3].

Рассмотрим отдельно каждое направление:

1. Экология:

- Alibaba применяет высокотехнологическую жидкость для охлаждения серверов, позволяющую снизить энергопотребление в облачных вычислениях;
- Использование биоразлагаемых и перерабатываемых материалов, а также алгоритмов, позволяющих оптимизировать размеры пакетов и курьерских сумок;
- Продвижение платформы электронной торговли подержанными и восстановленными товарами длительного использования в таких категориях, как электроника, мебель, аксессуары;
- Использование альтернативных источников энергии для сокращения углеродного следа, в том числе установка солнечных батарей в отдельных помещениях.

2. Создание рабочих мест (за 2020 год создано около 70 миллионов):

- Прямые рабочие места – сотрудники, непосредственно работающие в компании;
- Косвенные рабочие места – люди, которые работают в фирмах-партнерах и которые были приняты на работу благодаря расширению штаба в связи с сотрудничеством с Alibaba.

3. Продвижение программы поддержки сельского населения:

- Компания создала фонд Alibaba Rural Vitalization Fund, занимающийся борьбой с бедностью, развитием образования в отдаленных районах;
- Alibaba направляет сотрудников в качестве «послов сельского развития» в отдаленную местность для вовлечения жителей в электронную торговлю на платформе компании;
- Корпорация приобретает медицинские страховки, покрывающие основные заболевания для людей из бедных районов, чтобы снизить разрыв в доступности медицинских услуг между поколениями (за 3 года Alibaba покрыла 10 миллионов страховых случаев).

4. Благотворительность и общественная деятельность:

- Все сотрудники и партнеры Alibaba тратят минимум три часа в год на общественные работы;
- Alibaba разработала собственное приложение для поиска пропавших детей по всему Китаю (за время работы было найдено более 4 700 детей);
- Компанией и ее партнерами было инициировано пять благотворительных фондов, направленных, в основном, на обучение детей из семей с низким доходом;
- Проведение ежегодных благотворительных мероприятий (например, в поддержку ежегодного Международного дня благотворительности, проводимого ООН) и аукционов, в которых приняли участие 500 миллионов человек и собрано около 540 миллионов юаней);
- Транспортировка вакцин по всему миру дочерней логистической компанией Cainiao.

Таким образом, можно сделать вывод, что механизмы КСО такой большой компании, как Alibaba Group, вносят значительный вклад в развитие социального равенства в Китае.

Выводы. На данный момент китайские компании не являются лидерами по уровню корпоративной социальной ответственности в мире. Вывод об этом

можно сделать, посмотрев на макроэкономические показатели, характеризующие благосостояние каждого жителя страны. Однако в последнее время государственный аппарат в стремлении изменить эту ситуацию делает ставку на то, что компании, будучи осознанными, внесут свой вклад в борьбу с неравенством доходов и другими социальными проблемами. Alibaba Group Ltd, как передовая торговая интернет-площадка в Китае, в значительной степени берет на себя обязательства по внедрению этого плана в жизнь и добивается значимых результатов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Rödel K. Corporate Social Responsibility of the Alibaba Holding Group: Success Factors of Alibaba's Sustainability. – GRIN Verlag, 2020.
2. James Davies, Rodrigo Lluberias and Anthony Shorrocks, Credit Suisse Global Wealth Databook 2021/EIU.
3. 2021 Annual report / Alibaba Group Holding LTD. – Hangzhou, Zhejiang, 2021. – 355 p.
4. 2021 Global 100 ranking. – URL: www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2021-global-100-rankings/2021-global-100-ranking/ (дата обращения: 21.09.2021).
5. Alibaba vows to give Rmb100bn towards China's 'common prosperity' // Financial Times. – URL: <https://www.ft.com/content/a6ed43ee-f08a-48ef-934e-99d73dcc5807#comments-anchor> (дата обращения: 18.09.2021).
6. Li Keqiang says 600 Million Chinese Citizens Earn Monthly Incomes of Just USD\$140 // China Banking News. – URL: <https://www.chinabankingnews.com/2020/06/03/li-keqiang-says-600-million-chinese-citizens-earn-monthly-incomes-of-just-usd140> (дата обращения: 18.09.2021).
7. Си Цзиньпин закручивает гайки. Китай взялся за миллиардеров и актрис ради «общего процветания» // <https://www.bbc.com/>. – URL: <https://www.bbc.com/64nstitu/features-58458051> (дата обращения: 18.09.2021).

© И. Е. Чубарков, Е. А. Вертий

**СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ
ИНТЕГРИРОВАННЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР**

УДК 659:658

**ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА
В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**IMAGE POLICY IN THE SYSTEM FACTORS DEFINING
COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

Антонова А. А., к. э. н.

Юрьева О. Ю., обучающаяся группы М-м-о-211
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A. A. Antonova, Candidate of Economic Sciences

O. Yu. Yurieva, student, gr. M-m-o-211

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В комплексе рассмотрены существующие факторы конкурентоспособности предприятия. Определены роль и место имиджевой политики в данной системе с учётом ключевых особенностей реализации соответствующих мероприятий.

Annotation

The complex considers the existing factors of enterprise competitiveness. The role and place of image policy in this system have been determined, taking into account the key features of the implementation of the relevant activities.

Ключевые слова: имиджевая политика, конкурентоспособность, предприятие, фактор, эффективность.

Keywords: image policy, competitiveness, enterprise, factor, efficiency.

Введение. В современных условиях развития экономических отношений всё более обостряется конкурентная борьба, как на внутреннем, так и на мировом рынке [4]. Современные предприятия в рамках обеспечения высокоэффективного функционирования вынуждены приспосабливаться к динамично изменяющимся условиям внешней среды, разрабатывать детализированные планы, на постоянной основе анализируя положение конкурентов на целевых рынках. В условиях высокой конкуренции субъектам хозяйственной деятельности достаточно сложно привлечь и удержать интерес потребителей, не имея каких-либо отличительных особенностей, которые бы обеспечивали компании или её продукту узнаваемость и общественное признание. В данном случае одним из основополагающих условий формирования высокого уровня конкурентоспособности является развитая имиджевая политика, которая способна обеспечить предприятию стабильность функционирования в стратегической перспективе. Теоретико-

методическим основам управления конкурентоспособностью посвящено достаточно много научных трудов [3; 6–8], как и классификации факторов конкурентоспособности [1; 4; 5]. При этом зачастую авторы не уделяют должного внимания имиджевой политике как важному фактору обеспечения конкурентоспособности предприятия либо в принципе упускают из вида данную составляющую.

Цель исследования. Охарактеризовать роль и место имиджевой политики в системе факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия.

Результаты исследования. Существует большое многообразие подходов и соответствующих трактовок понятия «конкурентоспособность». В наиболее общем виде, основываясь на суждениях известного учёного-экономиста М. У. Портера, конкурентоспособность можно охарактеризовать как свойство продукта, услуги, субъектов рынка действовать на рынке наряду с представлением аналогичных товаров, услуг или конкурирующих субъектов рыночных отношений [6].

Таким образом, следует учесть, что понятие конкурентоспособности многоаспектное и многоуровневое, в частности подразумевающее наличие определённой интегральной характеристики предприятия, на что указывает ряд определений. Так, современные учёные-экономисты зачастую интерпретируют конкурентоспособность организации как определённую сравнительную характеристику, которая отражает различия процесса развития конкретного производителя от конкурента, либо как способность фирмы вырабатывать конкурентоспособную услугу или товар [8]. При этом следует отметить, что конкурентоспособность товара и организации – не тождественные, но взаимосвязанные понятия, выступающие базовыми элементами в так называемой пирамиде конкурентоспособности. Конкурентоспособность продукции (товаров, услуг) во многом определяет всеобщий уровень конкурентоспособности предприятия, однако, соответствующая численно выраженная величина будет зависеть от целого комплекса факторов. В данном случае последние выступают в виде своеобразных «движущих сил» конкурентоспособности и могут, в то же время иметь различную природу и «вектор» воздействия.

Преобладающее большинство авторов [1; 4], анализируя факторы конкурентоспособности, подразделяют их на две укрупнённые классификационные группы: факторы внешнего и внутреннего воздействия. Традиционно к первой группе относят политико-правовую, социально-культурную, научно-техническую, экономическую составляющие, которые косвенно создают определённые предпосылки для формирования уровня конкурентоспособности и на которые предприятие повлиять не может. Однако, существует и более развёрнутая классификация, выделяющая в качестве основного фактора конкурентоспособности в условиях цифровизации развитие информационно-коммуникационных технологий [5]. Помимо прочего, как свидетельствуют современные социально-экономические реалии, немаловажное место в общей структуре внешних факторов конкурентоспособности занимает общая санитарно-эпидемиологическая ситуация. Так, развитие пандемии COVID-19, в первую очередь, снизило уровень конкурентоспособности малых и средних предприятий определённых сфер деятельности, заставив их приспособляться к новым условиям ведения бизнеса [3].

Анализ факторов внешней среды в виду значительного воздействия является обязательной составляющей в общем механизме управления конкурентоспособностью. Он должен проводиться системно, целенаправленно и регулярно. В свою очередь, прогнозирование изменений данных факторов служит основой для последующих трансформаций внутрифирменного характера, обеспечивающих высокий конкурентный статус предприятия не только в текущем моменте, но и в перспективе.

К подобного рода параметрам, полностью подконтрольным со стороны организации, относятся внутренние факторы конкурентоспособности. В их состав зачастую включают большой спектр элементов: конкурентоспособность продукции, финансовое состояние предприятия, эффективность маркетинговой деятельности, рентабельность продаж, долгосрочное конкурентное преимущество (имидж) предприятия, эффективность менеджмента [7].

В динамике с учётом особенностей развития рыночной экономики происходит закономерное повышение уровня интенсивности конкуренции при снижении эффективности использования классических коммуникационных инструментов организации [2]. Тем самым возникает необходимость формирования каких-либо существенных отличительных особенностей, обеспечения специфичности деятельности отдельно взятого предприятия для привлечения и стимулирования заинтересованности целевой аудитории. Среди внутренних факторов конкурентоспособности особое место занимает имиджевая политика предприятия как совокупность мероприятий по обеспечению позитивной оценки его деятельности со стороны целевой аудитории. В данном случае речь идёт о создании эффективного инструмента воздействия на поведение и сознание партнёров организации, её потребителей и персонал, что, в свою очередь, помогает занять позицию лидера во всё более обостряющейся конкурентной борьбе. Основной целью имиджевой политики организации, таким образом, является преобразование индивидуального образа компании в коллективный.

Создание позитивного имиджа организации представляет собой сложный процесс кооперации действий руководителя, маркетологов, дизайнеров и PR-специалистов. При этом важной задачей в рамках имиджевой политики выступает активное управляющее воздействие как на внутренние (образы руководителя и сотрудников, корпоративная культура), так и внешние составляющие имиджа организации (создание фирменного стиля, определённой репутации и др.). Формирование позитивного имиджа подразумевает лояльное отношение целевой аудитории, увеличение объёмов продаж и популярности брэнда, получение весомых преимуществ в конкурентной борьбе. Таким образом, стратегическим ориентиром реализации эффективной имиджевой политики является обеспечение конкурентоспособности организации в долгосрочной перспективе.

С этой целью в рамках деятельности организации используются мероприятия рекламного характера, проводится работа со средствами массовой информации, формируется концепция социально ответственного бизнеса. При этом к принципам реализации имиджевой политики можно отнести несколько основных составляющих:

- взаимосвязь с общей стратегией развития предприятия;
- учёт основных специфических особенностей деятельности фирмы;

– комплексное развитие, как внутренней, так и внешней составляющей имиджа организации.

Спецификой имиджевой политики является зависимость конечных результатов не только от активности соответствующих отделов, служб либо специалистов предприятия, но и от субъективного отношения целевой аудитории. Поэтому в основе формирования позитивного имиджа организации находится процесс мониторинга общественного мнения, проводимый на регулярной основе. В свою очередь, залогом успешной имиджевой политики выступает соблюдение критериев адресности, пластичности и оригинальности реализуемых мероприятий.

Выводы. С учётом современных особенностей социально-экономического развития в системе внутренних и внешних факторов конкурентоспособности предприятия особое место занимает имиджевая политика. Её целевая ориентация выражается в привлечении клиентского потока за счёт формирования положительного образа компании, информационной открытости, обеспечении эффективных коммуникаций. Грамотно выстроенная имиджевая политика способствует формированию высокого уровня конкурентоспособности предприятия, но, в то же время, требует и существенных финансовых затрат на различные маркетинговые мероприятия. При этом процесс создания положительного имиджа фирмы не сводится лишь к проведению масштабной рекламной компании, а основывается на определённой корпоративной философии и соответствующих долгосрочных целях развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Борщева А. В. Факторы конкурентоспособности предприятия / А. В. Борщева, С. В. Ильченко // Бизнес и дизайн ревю. – 2018. – № 1(9). – С. 6–15. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32357512> (дата обращения: 26.09.2021).

2. Быстрова О. Ю. Теоретические подходы к определению понятия «имидж предприятия» / О. Ю. Быстрова, М. В. Александрова // Управление социально-экономическими системами. – 2019. – № 1. – С. 35–38. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41391994> (дата обращения: 27.09.2021).

3. Васильева А. В. Конкурентоспособность предприятий региона в условиях пандемии COVID-19 / А. В. Васильева // Современные проблемы развития экономики России и Китая: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию экономического факультета АмГУ, г. Благовещенск, 26–27 ноября 2020 года / Под общей редакцией О. А. Цепелева. – Благовещенск: Амурский государственный университет, 2021. – С. 112–117. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44685513> (дата обращения: 27.09.2021).

4. Кобозева Е. М. Влияние факторов внешней среды на конкурентоспособность предприятия / Е. М. Кобозева, Н. В. Кутовая // Юность и знания – гарантия успеха – 2020: сборник научных трудов VII Международной молодежной научной конференции: в 3 томах, г. Курск, 17–18 сентября 2020 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 118–121. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44033514> (дата обращения: 28.09.2021).

5. Морозов М. А. Ключевые факторы конкурентоспособности в условиях цифровой экономики / М. А. Морозов, Н. С. Морозова // Теория и практика развития предпринимательства: современные концепции, цифровые технологии и эффективная система: материалы VI Международного научного конгресса, г. Москва, 24–25 мая

2018 года / Под научной редакцией А. В. Шарковой, О. Н. Васильевой, Б. Оторовой. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – С. 380–383. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35178527> (дата обращения: 26.09.2021).

6. Прохорова В. В. Конкуренентоспособность предприятия в современных условиях / В. В. Прохорова, Е. А. Баранов // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы: сборник научных статей XIX Международной научно-практической конференции: в 5–ти томах, Курск, 25 июня 2020 года. – Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2020. – С. 154–159. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43786973> (дата обращения: 27.09.2021).

7. Разуваева Т. А. Повышение конкурентоспособности предприятия в условиях современной России / Т. А. Разуваева // Вестник науки и образования. – 2020. – № 2–2(80). – С. 32–36. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42332411> (дата обращения: 28.09.2021).

8. Сенникова А. Е. Анализ конкурентоспособности фирмы / А. Е. Сенникова, И. В. Шахов // Colloquium-journal. – 2019. – № 9–7(33). – С. 58–60. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38096386> (дата обращения: 28.09.2021).

© А. А. Антонова, О. Ю. Юрьева

УДК 331.1

МЕРЫ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ

SAFETY MEASURES SOURCES OF INFORMATION

Бойченко О. В., д. т. н., профессор
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Физико-технический институт, г. Симферополь
Иванюта Д. В., аспирант группы Э-а-з-201
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O. V. Boychenko,
Doctor of Engineering Sciences, Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Physics and Technology, Simferopol
D. V. Ivanyuta, graduate student gr. E-a-z-201
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены виды источников информации как компонент концептуальной модели информационной безопасности в процессе их обработки и передачи. Исследована проблема информационной безопасности, связанная с обеспечением физической целостности информации, ее достоверностью и надежностью. Обоснованы и предложены эффективные защитные механизмы на основе комплексного подхода в решении задач обеспечения информационной защиты.

Annotation

The article considers types of sources of information as a component of the conceptual model of information security during their processing and transmission. The problem of information security related to ensuring the physical integrity of information, its reliability and reliability has been investigated. Effective protection mechanisms are justified and proposed, based on an integrated approach in the solution of information security problems.

Ключевые слова: информация, документы, безопасность, средства связи, сотрудники, моделирование, комплексная защита.

Keywords: information, documents, security, means of communication, employees, modeling, complex protection.

Введение. Исследование информационных ресурсов и информации, их возрастающее применение и увеличение объемов накопления требует рассмотрения вопросов, связанных с информационной безопасностью, правомерного определения угроз безопасности и выявления всех возможных условий и действий, способных ее нарушить.

Учитывая, важность обеспечения информационной безопасности, осуществления контроля и управления информационными потоками, которые стали неотъемлемой составляющей успешного экономического и социального развития, а также политической и духовной безопасности, информацию рассматривают, как особую ценность, посягательство на которую со стороны злоумышленников становится все более масштабным и изощренным.

Цель исследования состоит в изучении основных источников информации, их хранения и работы с ними, обеспечении защиты от несанкционированных воздействий, доступа посторонних лиц, а также программ с целью хищения.

Результаты исследования. Воспользуемся данными Федеральной службы государственной статистики о доле организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям (рисунок 1).

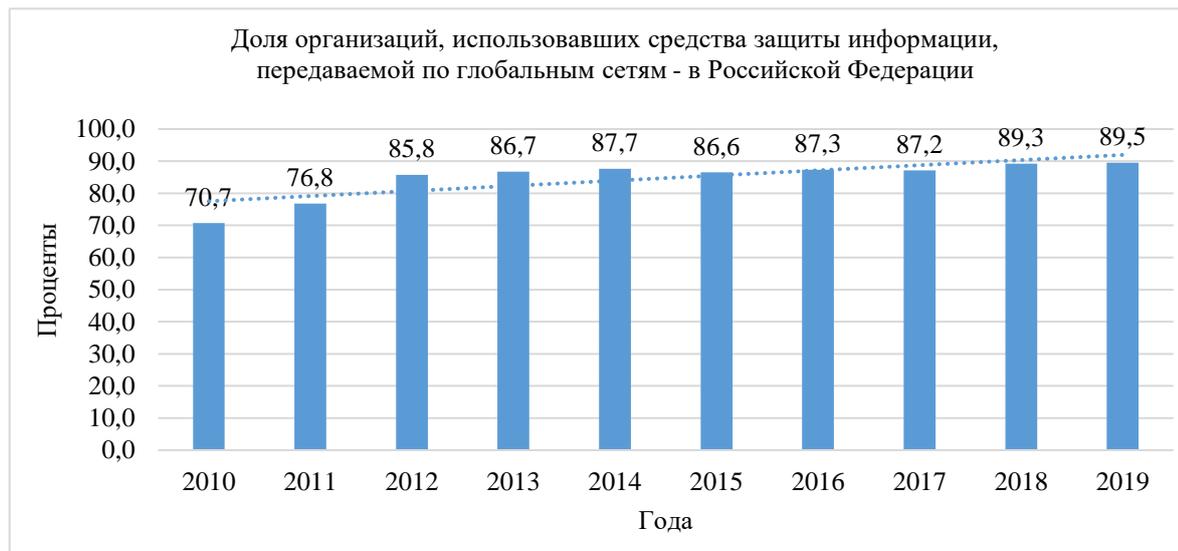


Рисунок 1 – Доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям за 2010-2019 гг.

Источник: [5].

Исследование приведенных статистических данных, подтверждает значимость применения автоматизированных информационных систем, которые основаны на использовании компьютерных и телекоммуникационных средств и позволяет сделать вывод о вполне обоснованном росте использования средств защиты информации, которое должно прогрессировать и в дальнейшем, учитывая рост использования программных средств.

Практический опыт показал, что для проведения анализа значительного набора объектов, источников и действий удобно применять методы моделирования. В данном случае модель не копирует оригинал.

Любая конфиденциальная информация требует применения определенных способов и средств, предотвращающих ее утечку, попадание к злоумышленникам, что может грозить впоследствии неприятностями, материальными убытками и конфликтами различных масштабов.

Анализ такого значительного набора источников информации [6] приводит к необходимости их детального изучения и требует учета совокупности различных обстоятельств при работе с ними, что в дальнейшем мы будем рассматривать, как основу формирования комплексного подхода при решении поставленной нами проблемы.

Итак, проведем детальное изучение источников информации.

1. Документы. В случае недостаточной организации контроля и плохой организации службы охраны может произойти потеря или хищение документов. Следовательно, важно обеспечить непрерывный контроль на каждом этапе жизненного цикла информации с момента поступления документа в работу до момента потери им актуальности и последующего уничтожения.

2. Средства связи. В случае, передачи информации по незащищенным каналам может произойти утечка сведений. Именно технические средства особенно часто подвержены опасности образования технических каналов передачи информации.

Сейчас технические каналы утечки информации не являются редкостью и требуют особого внимания и изучения для обеспечения защиты информации в момент передачи сообщения.

3. Сотрудники. Имеют сведения о своих коллегах и служебной информации. Разглашение таких данных может произойти по неосторожности, беспечности, некомпетентности, а также из чувства мести и за деньги. Вредительские действия сотрудников по отношению к компании называют «корпоративный саботаж».

Среди наиболее популярных угроз безопасности информационной системы, которые связаны с действиями человека [4, с. 17–19] являются нарушение правил эксплуатации автоматизированных рабочих мест; утрата носителей информации, содержащих ценные для организации сведения; утечка информации через сеть Интернет; разглашение защищаемой информации третьим лицам.

Нельзя забывать и о вреде, который могут нанести инсайдеры, внедрившись в организацию с целью хищения или нарушения целостности информации.

«Например, в случае серверов и компьютерных сетей многое зависит от качества работы системных администраторов. Так, «червь» MS SQL Slammer использовал уязвимость, которая была исправлена за несколько месяцев до «эпидемии», причем исправление распространялось бесплатно через Интернет. Однако многие администраторы не позаботились об обновлении ПО» [3, с. 7–10].

4. Электронные носители. Предлагается несколько методик обеспечения сохранности электронных данных. Среди них перезапись; архивирование; защита от несанкционированного использования, замены, искажения и удаления; защита от компьютерных вирусов и неполадок в электрических и компьютерных сетях. «Рассматривая проблематику защиты данных для обеспечения высокой готовности системы к решению задач управления, следует подчеркнуть, что безопасность информации (масштабируемость от настольного компьютера до центра обработки данных) является ориентиром для резервного копирования и восстановления данных в современных ИТ-средах» [1, с. 240–241].

С этой целью, «для гарантирования информационной безопасности необходимо применение ряда мероприятий: выработать политику обеспечения защиты и составить соответствующую техдокументацию; внедрить технические средства обеспечения информационной безопасности» [2, с. 139–140].

Выводы. В заключении отметим, что для решения проблемы обеспечения информационной безопасности мы предлагаем применять системное решение с использованием методов моделирования, в котором будут учтены и описаны все возможные реальные действия с учетом их сложности. При этом в процессе формирования концептуальной модели информационной безопасности, требуется обеспечить с одной стороны динамический характер происходящих процессов с учетом имеющегося опыта и знаний, с другой стороны необходимо формирование, генерация и воплощение новых решений, проектов, обеспечение внедрения инновационных достижений внутри системы, а также в системе управления структурными элементами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бойченко О. В. Защита клиентской базы предприятия при использовании CRM-систем / О. В. Бойченко, Е. С. Тупота // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: XIV Междунар. науч.-технич. конф., 12–14 ноября 2015 г.: тезис докладов. – Симферополь : ИП Зуева Т. В., 2015. – С. 240–241.

2. Бойченко О. В. Система комплексной защиты данных в корпоративных сетях / О. В. Бойченко, А. С. Ивченко // Проблемы информационной безопасности: IV Междунар. науч.-технич. конф., 15–17 февраля 2018 г.: тезисы докладов. – Симферополь-Гурзуф : ИП Зуева Т. В., 2018. – С. 139–140.

3. Бойченко О. В. Кибербезопасность в цифровизации экономики / О. В. Бойченко // Теория и практика экономики и предпринимательства: XVI Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция, 18–20 апреля 2019 г. – Симферополь-Гурзуф : ИП Зуева Т. В., 2019 – С. 7–10.

3. Кошелев С. О. Информационная безопасность и человеческий фактор / С. О. Кошелев, А. И. Яцкевич // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 17–19. – URL: <https://moluch.ru/archive/111/27330/> (дата обращения: 08.09.2021).

4. Федеральная служба государственной статистики / 1.6.2. Доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, в общем числе обследованных организаций. – URL: https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/business/it/mon-sub/1.6.2.xls (дата обращения: 08.09.2021).

5. Itnan. Модели информационной безопасности. 2020 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://itnan.ru/post.php?c=1&p=347088> (дата обращения: 08.09.2021).

© О. В. Бойченко, Д. В. Иванюта

**СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
КАТЕГОРИИ «ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

**THE ESSENCE AND SPECIFIC FEATURES
OF THE CATEGORY «ENTERPRISE IMAGE»**

Ваховская М. Ю., к. э. н., доцент

Присяник В. А., обучающаяся группы М-м-о-211
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. Yu. Vakhovskaya,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

V. A. Prosyaniuk, student, gr. M-m-o-211

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

На сегодняшний день имидж предприятия является одним из инструментов его конкурентоспособности. Имидж предприятия рассматривается как впечатление о нем, которое существует как среди внешних заинтересованных сторон, так и среди самих членов организации как «сформировавшиеся внешние образы» и «желаемые образы». В статье анализируются подходы к определению сущности имиджа организации, рассматриваются специфические особенности этой категории.

Annotation

Today, the image of the enterprise is one of the tools of its competitiveness. The image of the enterprise is considered as an impression of it, which exists both among external stakeholders and among the members of the organization themselves as «formed external images» and «desired images». The article analyzes the approaches to defining the essence of the organization's image and considers the specific features of this category.

Ключевые слова: имидж, имиджевая политика, организационная идентичность.

Keywords: image, image policy, organizational identity.

Введение. Каким образом предприятие становится заметным на рынке и вызывает доверие и предпочтения потребителей? Этот вопрос, является одним из наиболее важных в процессе становления и на протяжении всего жизненного цикла существования предприятия, и отражает проблему формирования имиджа и создания психологически отличного от других фирм товара (услуги). Образно говоря, имидж – это «лицо фирмы» в «зеркале общественного мнения».

Грамотная имиджевая политика предприятия представляет собой один из важнейших инструментов его конкурентоспособности, ведь положительный имидж является существенным фактором коммерческого успеха, и в современных условиях его влияние возрастает.

В целом, образ предприятия формируется вне зависимости от того, предпринимаются ли какие-либо усилия для этого или нет, однако образ может

создаваться и искусственно, благодаря целенаправленным действиям. В связи с этим, предприятия тратят все больше ресурсов на создание благоприятного имиджа, используя инструменты корпоративного брендинга и коммуникации, чтобы привести организационное поведение в соответствие с желаемыми представлениями о себе.

С другой стороны, от того, как видят предприятие его сотрудники, зависит привлекательность предприятия как работодателя. На это видение оказывает влияние миссия предприятия и его корпоративная культура, условия работы, наличие социальных гарантий, программ стимулирования труда и , личный имидж руководителя предприятия и его стиль управления, кадровая политика, социально-психологический климат в коллективе, а также управление внутренней коммуникацией. Руководству необходимо также обращать внимание на перечисленные факторы, чтобы поддерживать положительный имидж предприятия.

Хотя усилия по формированию имиджа, как утверждает, направлены в основном на внешнюю аудиторию, исследования показали, что имидж непосредственно связан с организационными процессами формирования идентичности, как на коллективном, так и на индивидуальном уровнях.

Цель исследования заключается в определении сущности понятия «имидж предприятия», изучении различных точек зрения на эту категорию и ее специфических особенностей.

Результаты исследования. «Понятие «имидж» впервые встречается в научной литературе в середине XX в. Автором термина считается американский экономист К. Боулдинг. В своем научном труде «The Image» он описал важность этого феномена в экономической жизни и с точки зрения финансового успеха» [6].

«К. Боулдинг рассматривал имидж с позиции практической значимости, поскольку привязывал этот феномен к экономической отрасли. В результате основной функцией имиджа, по мнению ученого, стал побудительный мотив. Представленный феномен в понимании К. Боулдинга является маркетинговым инструментом, позволяющим повысить привлекательность продукции (услуг) для потенциальных потребителей. В итоге, положительный имидж стимулирует продажи и приносит прибыль» [2].

«Сегодня большинство дефиниций термина «имидж» сводится к пониманию феномена как определенного образа» [2]. В результате, имидж получил стандартное определение: «стереотип, который выработался в сознании общественности о конкретном объекте» [1].

Важна разница в понимании категорий «имидж», «образ» и «бренд». «Понятия обозначенной триады часто рассматриваются в комплексе или отождествляются в силу их гуманитарного и полифонического значения. Однако, термин «образ» наиболее применим в теоретико-культурологическом контексте, в то время как категории «имиджа» и «бренда» – в практико-ориентированных, прикладных исследованиях (социология, реклама, PR, маркетинг и пр.)» [4].

С точки зрения маркетингового и экономического подходов, термин «бренд» является наиболее привлекательным для создания, описания свойств «товара». «Образ – наиболее широкое, абстрактное понятие, которое отражает реальные характеристики объекта и некоторые ожидания, он первичен и поддается

корректировке, а имидж – это вторичный, искусственно созданный образ, способный трансформироваться в сознании аудитории за счет внешних воздействий, за счет корректировки и нейтрализации фактов в коммуникационном процессе (корректировки имиджевой политики, стратегии развития региона и пр.); для образа характерна ориентированность на реконструкцию прошлого, на интерпретацию исторических фактов в современности, а имидж – всегда современен и актуален» [4].

Следует отметить, что имидж является ключевой категорией в триаде «образ», «имидж», «бренд», обозначающей некоторый срединный, промежуточный этап между опосредованным восприятием образа, непосредственной корректировкой образа в сознании, способствующей формированию бренда через лояльность и репутацию.

По мнению авторов, наиболее точно суть изучаемого понятия отражает определение А. С. Сотниковой: «Имидж – предложенный организацией образ, представляющий собой систему характеристик организации, основанных на результатах ее социально-экономической деятельности, который является спланированным и продвигается в различные целевые группы с целью вызвать у их представителей устойчивый набор ощущений и убеждений в ее отношении» [5].

Имидж как маркетинговая категория обладает определенными особенностями:

«1. Имидж всегда эмоционально окрашен. Причем эмоции могут быть как положительными, так и отрицательными.

2. Имидж всегда предметен. Это может быть человек, организация, товар, торговая марка. Сформировавшийся образ может слабо соотноситься с реальными свойствами и качествами субъекта, но без предметной соотнесенности имидж невозможен.

3. Имидж апеллирует к установкам и стереотипам, существующим в массовом сознании, а также опирается на социальные ожидания. Удачно сформированный имидж стимулирует действия тех, к кому он обращен.

4. Имидж носит символический характер. Это означает, что имидж основывается на выявлении специфических, важных в данный момент качеств, на основе которых создается целостный образ» [3].

Данное понятие обычно ассоциируется с крупными компаниями, но и малые предприятия имеют корпоративный имидж, даже если об этом не думают ни их владельцы, ни клиенты. Руководство может активно пытаться формировать имидж с помощью коммуникаций, выбора и продвижения бренда, использования символов и обнародования своих действий. Корпорации, пытающиеся сформировать свой имидж, аналогичны людям, которые одеваются соответствующим образом, культивируют вежливые манеры и тщательно подбирают слова, чтобы показаться компетентными, приятными и надежными. В личном, как и в корпоративном случае, имидж должен соответствовать реальности. Если этого не происходит, последствия будут противоположными задуманным.

Одним из важнейших факторов корпоративного имиджа является эффективность основной деятельности компании. Эффективность, по определению, включает в себя финансовые результаты. Растущая, прибыльная

корпорация с устойчивой историей доходов будет радовать своих клиентов, инвесторов и общество, в котором она работает. Прибыльная компания, которая, тем не менее, демонстрирует огромные колебания в доходах, будет иметь не самый лучший имидж: ее доходы и дивиденды будут непредсказуемыми; она будет проводить увольнения; ее акции будут колебаться; ее поставщики будут более беспокойными; ее сотрудники будут нервничать. Когда бизнес терпит неудачу в своей основной функции, его репутация сразу же идет на спад.

В условиях высокой конкуренции многие компании приходят к тому, что лучше доверить создание имиджа организации специалистам, и не стоит на этом экономить. Если предприятие не заботится о создании благоприятного имиджа, потребители могут придумать свой собственный образ, который не всегда бывает позитивным.

Создание позитивного корпоративного имиджа включает в себя следующие шаги [7]:

1. Формулировка миссии. Создание заявления о миссии, в котором четко сформулировано: Чем занимается предприятие? Кто является целевой аудиторией? Что делает предприятие уникальным?

2. Инструменты корпоративной идентичности. Создание средств корпоративной идентификации, которые включают: название, логотип, слоган, цвета, шрифты и талисманы.

3. Обучение своих сотрудников и других внутренних заинтересованных лиц миссии и инструментам фирменного стиля, чтобы они могли передавать их через «сарафанное радио» и социальные сети.

4. Продвижение своей миссии и инструментов фирменного стиля среди людей за пределами предприятия, используя традиционные, онлайн и социальные медиа.

5. Измерение результатов. Используя свою маркетинговую информационную систему, необходимо измерить, насколько эффективно работает корпоративный имидж предприятия.

6. Корректирующие действия. Используя ту же систему, необходимо внести необходимые коррективы в вышеперечисленные действия, если они работают не по плану.

Выводы. Позитивный имидж повышает престиж предприятия и свидетельствует о внимании организации не только к производственным вопросам. Кроме того, положительный имидж помогает привлечь акционеров, деловых партнеров и клиентов.

Отсутствие положительного имиджа приведет к высокой текучести кадров, снижению доходов и уменьшению числа важных клиентов. Если не создать правильный корпоративный имидж, у предприятия не будет прочного фундамента, на котором можно построить и поддерживать успешный бизнес. Поэтому важно понимать концепцию формирования имиджа и то, почему он важен для предприятия. Руководители понимают важность создания положительного имиджа и настаивают на том, чтобы их сотрудники предпринимали действия по его укреплению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лябухов И. В. О соотношении понятий «имидж государства» и «имидж страны» (к постановке проблемы) / И. В. Лябухов // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 4-1 (72). – С. 250–259.
2. Мацько В. В. Эволюция понятия имидж. Цифровой имидж / В. В. Мацько, В. Ю. Мамаева // Наука и образование: проблемы и тенденции развития. – 2016. – № 1 (4). – С. 104–111.
3. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.
4. Ситникова О. С. Понятие «имидж» как ключевая категория в триаде «образ-имидж-бренд» / О. С. Ситникова // Актуальные вопросы современной науки и образования. – 2016. – № 7. – С. 231–233.
5. Сотникова А. С. Формирование и оценка имиджа и репутации организации / А. С. Сотникова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 6. – С. 136–142.
6. Тобоева З. А. Подходы к определению и структуре имиджа / З. А. Тобоева // E-Scio. – 2019. – № 10 (37). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-opredeleniyu-i-strukture-imidzha> (дата обращения: 29.09.2021).
7. Corporate Image: The Critical Foundation of Your Brand // HuffPost [Электронный ресурс]. – URL: https://www.huffpost.com/entry/corporate-image-the-criti_b_8096582 (дата обращения: 04.10.2021).

© М. Ю. Ваховская, В. А. Присяник

УДК 339.138

РОЛЬ РЫНОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

THE ROLE OF MARKET RESEARCH IN THE MARKETING ACTIVITIES OF MODERN ENTERPRISES

Дементьев М. Ю., к. э. н.

Калашникова А. А., обучающаяся группы Э-б-о-195
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. Yu. Dementev,

Candidate of Economic Sciences

A. A. Kalashnikova, student, gr. E-b-o-195

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В настоящее время деятельность предприятий предполагает проведение тщательного анализа рынка, конкуренции, потребителей с целью получения необходимой информации для совершенствования собственной деятельности. Именно эти задачи решаются с помощью маркетинговых исследований, которые каждая организация проводит в соответствии со своими целями по разрешению проблем, возникших в процессе её функционирования.

Annotation

Currently, the activities of enterprises involve a thorough analysis of the market, competition, and consumers in order to obtain the necessary information to improve their own activities. It is these tasks that are solved with the help of marketing research, which each organization conducts in accordance with its goals to solve problems that have arisen in the course of its functioning.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, рыночные исследования, анализ, конкурентоспособность, современное предприятие.

Keywords: marketing activities, market research, analysis, competitiveness, modern enterprise.

Введение. В настоящее время организации вынуждены подстраиваться под различные изменения, происходящие в обществе. Для того, чтобы координировать свою деятельность в зависимости от этих изменений, предприятиям необходимо осуществлять определённую исследовательскую деятельность.

Актуальность данного исследования заключается в анализе современных способов проведения рыночных исследований, позволяющих предприятиям получать и анализировать информацию, необходимую для эффективного осуществления их деятельности и поддержания уровня конкурентоспособности на рынке.

Цель исследования заключается в выявлении роли рыночных исследований в деятельности современных предприятий и отражении степени необходимости их проведения.

Результаты исследования. Согласно мнению Атуевой Э. С. и Ахмедовой П., маркетинговое исследование представляет собой «сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределённости, сопутствующей принятию маркетинговых решений» [3]. Американская ассоциация маркетинга, в свою очередь, даёт следующее определение маркетингового исследования: «Маркетинговые исследования – это функция, которая связывает производителя, потребителя и общественность с маркетологом через информацию, используемую для того, чтобы идентифицировать и определить маркетинговые возможности и проблемы; генерировать, совершенствовать и оценивать маркетинговые действия; отслеживать эффективность маркетинговых компаний; и улучшать понимание маркетинга как процесса» [2]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что маркетинговые исследования являются определённой управленческой деятельностью организации, которая направлена на совершенствование эффективности работы и достижения основных целей предприятия.

Основной целью рыночных исследований в рамках осуществления маркетинговой деятельности является решение ряда специфических проблем предприятия, связанных с удержанием позиций на рынке и максимизацией прибыли. Проблематика рыночного исследования может вытекать из вида товара и специфики его потребления, уровня насыщенности рынка, каналов продвижения и действий конкурентов. Задачи заключаются в исследовании, в первую очередь, тех проблем, от которых зависят современное состояние и дальнейшее развитие рынка.

Основными задачами рыночных исследований на предприятии могут являться:

- определение потребностей потребителей;
- расчёт объёмов продукции для выгодного сбыта;
- поиск каналов сбыта продукции;
- исследование конкурентоспособности продукции;
- комплексный анализ рынка;
- выбор ценовой политики и т. д.

В настоящее время существует множество классификаций рыночных исследований. Так, в зависимости от выполняемых функций рыночные исследования подразделяются на:

1) Разведочные исследования, которые проводятся для предварительного сбора и структурирования информации об интересующем объекте; формирования информативной базы; выдвижения рабочей гипотезы.

2) Описательные исследования, которые проводятся для констатации фактов об исследуемом объекте.

3) Экспериментальные исследования, когда с помощью экспериментальных исследований проверяются выдвинутые гипотезы.

4) Казуальные (аналитические) исследования, заключающиеся в выявлении причинно-следственных связей между анализируемыми объектами [2].

Существуют определённые методы осуществления рыночных исследований на предприятии. Как правило, их делят на две группы: качественные и количественные. Качественные методы позволяют выявить мотивы принятия потребителями решений о приобретении продукции исследуемого предприятия, а количественные, в свою очередь, позволяют определить основные группы потребителей, объёмы потребления и т. д. Методы и приёмы, входящие в эти группы, отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Методы и приёмы рыночных исследований

Название группы методов	Название методов и приёмов	Общая характеристика
Качественные	фокус-группа	групповое интервью с небольшим кругом потребителей
	глубинное интервью	личное интервью с потребителем
	анализ протокола	моделирование ситуации принятия решения о покупке продукции потребителем с подробным описанием всех воздействующих факторов
Количественные	опрос	проведение анкетирования в устной или письменной форме
	аудит	оценка различных параметров, характеризующих наличие и качество продукции

Источник: составлено авторами по материалам [1].

Исходя из данных таблицы 1, можно отметить, что каждое современное предприятие производит рыночные исследования при помощи взаимодействия с потребителями. Выбор методики проведения исследований зависит от поставленных задач с целью решения определённых проблем, возникших на предприятии.

Рассмотрим результаты проведения рыночных исследований и выявим их значение для компании Л'Этуаль. Итак, Л'Этуаль – лидер парфюмерно-косметической индустрии в России. Данная компания имеет около тысячи магазинов по всей России, в которых представлена разнообразная продукция знаменитых мировых брендов.

В настоящее время наблюдается изменение моды, вкусов и предпочтений косметических товаров среди населения страны. В связи с чем компания Л'Этуаль приняла решение исследовать конкурентоспособность и востребованность своей продукции на рынке. Таким образом, главной целью рыночных исследований данной организации стал анализ текущей деятельности предприятия, выявление общего «портрета» потребителя и формирование способов повышения эффективности предприятия.

Методами проведения исследования стали SWOT-анализ, который выявил сильные и слабые стороны, угрозы и возможности организации (таблица 2), а также опрос, который проводился в форме личной беседы с каждым респондентом.

Таблица 2 – SWOT-анализ текущей деятельности Л'Этуаль

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1) Самая разветвлённая региональная сеть. В ряде городов занимает монопольное положение; 2) Высокие темпы роста прибыли; 3) Помимо основных элитных марок представлены эксклюзивные бренды, которых не найти в других магазинах; 4) Удобная система скидок, часто проводимые акции; 5) Высокий уровень квалификации сотрудников.	1) Выбор марок меньше, чем у ближайших конкурентов, что частично объясняется специализацией на более дорогом сегменте рынка; 2) Практически все магазины располагаются в арендуемых помещениях; 3) Низкая прозрачность. У компании нет аудированной консолидированной отчетности; 4) Нет известности за рубежом.
Возможности (O)	Угрозы (T)
1) Развитие нового направления – сопутствующих косметических услуг – может способствовать росту рентабельности Л'Этуаль; 2) Расширение ассортимента за счет добавления как массовых, так и инновационных эксклюзивных марок позволит группе привлечь более широкие слои покупателей в магазины.	1) Сильная конкуренция со стороны других сетей, в том числе, на региональных рынках; 2) Ухудшение макроэкономической ситуации в стране, снижение уровня доходов населения и, как следствие, снижение спроса на дорогую парфюмерию и косметику; 3) Появление новых конкурентов на рынке; 4) Изменение покупательских предпочтений.

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Таким образом, при помощи рыночных исследований компании удалось выявить основные проблемы и возможные пути их решения. В настоящее время деятельность Л'Этуаль направлена на расширение сети магазинов, поиск новых поставщиков продукции, ориентированной на потребности современного покупателя.

В ходе проведения опроса потребителей было выявлено, что основными покупателями являются женщины, их доля из общего числа составила 80 %. Средний возраст покупателя составил 25–45 лет, наиболее востребованной продукцией стали средства ухода. Кроме того, удалось выявить, что основная масса покупателей относит себя к категории людей со средним или высоким достатком, которые приобретают продукцию компании, преимущественно, целенаправленно – несколько раз в месяц [4].

Итак, осуществив рыночные исследования, компания Л'Этуаль смогла оценить уровень своей конкурентоспособности, степень востребованности среди покупателей и определить пути дальнейшего развития организации.

Выводы. Маркетинговые исследования являются неотъемлемой функцией управленческой деятельности современных организаций, необходимость проведения которых обусловлена наличием различных экономических, политических, социальных изменений в обществе. Благодаря рыночным исследованиям, предприятие получает информацию о потребителях, конкурентах, контактных аудиториях, имеет возможность проанализировать проблемы, разработать выводы, методики и направления повышения собственной эффективности. Современному предприятию для того, чтобы достойно конкурировать и получать желаемую прибыль, необходимо ориентироваться на потребителя, подстраиваться под изменяющиеся экономические, политические и прочие условия, что является возможным лишь при использовании адекватных методов и приёмов рыночных исследований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кирильчук С. П. Рыночные исследования и планирование сбыта на предприятии / С. П. Кирильчук, М. Ю. Дементьев. – Симферополь : Ариал, 2020. – 116 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43864112> (дата обращения: 05.10.2021).

2. Кокшаров И. П. Определение маркетинговых исследований и их виды / И. П. Кокшаров, С. И. Поддубный, М. С. Матвеев. – Текст : электронный // Наука, техника и образование. – 2018. – № 3 (44). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-marketi> (дата обращения: 04.10.2021).

3. Маркетинг и маркетинговые исследования: современные научные подходы: научные исследования : сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции, Казань, 30 ноября 2016 г. – Казань : Профессиональная наука, 2016. – 100 с.

4. Мельникова Т. Ф. Маркетинговые исследования конкурентоспособности предприятия на примере компании Л'этуаль / Т. Ф. Мельникова, А. Б. Иванова, А. Т. Ербулатова. – Текст : электронный // Аллея науки. – 2017. – Т. 2, № 16. – С. 376–382. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32370940> (дата обращения: 05.10.2021).

© М. Ю. Дементьев, А. А. Калашникова

**МЕТОДЫ РЫНОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

**METHODS OF MARKET RESEARCH AND THEIR USE
AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT**

Дементьев М. Ю., к. э. н.

Крышня А. Д., обучающаяся группы Э-б-о-195
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. Yu. Dementev, Candidate of Economic Sciences

A. D. Kryshya, student, gr. E-b-o-195

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические аспекты рыночных исследований, группы методов рыночных исследований: эмпирические, экспертные, экономико-математические методы, а также их практические аспекты применения в современной экономике.

Annotation

In article the theoretical aspects of market research, groups of methods of market research: empirical, expert, economic-mathematical methods, as well as their practical aspects of application in modern economy are considered.

Ключевые слова: исследование рынка, методы рыночных исследований.

Keywords: market research, market research methods.

Введение. Как известно, для предприятия представляется сложным произвести и предложить качественный продукт или услугу потребителю без фундаментальных исследований рынка. При этом, исследование рынка может проводиться с разными целями и по разным направлениям, в соответствии с которыми существует многообразие используемых методов. Использование определенного метода сбора данных во время исследования рынка, будет зависеть от конкретной информации, которую необходимо получить.

Однако часто некоторые важные для предприятия методы исследования рынка могут быть недооценены, либо не использоваться вовсе, либо, наоборот, используются методы, предоставляющие лишнюю информацию.

Целью исследования является изучение теоретических и практических аспектов применения методов исследования рынка.

Результаты исследования. Исследование рынка представляет собой количественный и качественный анализ одного или совокупности рынков для получения информации о потенциале, емкости рынка, характеристиках, конкурентной среде, ценах [1, с. 68]. В результате исследования рынка

выявляются как недостатки, так и преимущества конкретного товара, устанавливается отношение к нему отдельных групп потребителей, выявляются возможные изменения в отношении потребителей к товару в будущем. Каждое исследование рынка в конечном счете призвано обеспечить сбалансированность предложения и потребления товаров [5, с. 14].

Как правило, в экономической литературе выделяют следующие наиболее распространенные методы рыночных исследований:

1. Эмпирические методы. К данной группе относятся методы, которые базируются на изучении реального объекта: опросы, эксперименты, анкеты, работа с документами. Особенность этой совокупности методов в том, что они могут быть использованы практически всеми подготовленными сотрудниками маркетинговой службы, не обязательно экспертами [6, с. 9].

2. Экспертные методы. Сущность данных методов заключается в осуществлении экспертами интуитивно-логического рассмотрения конкретного вопроса, в количественной оценке мнений и формальной обработке полученных результатов. Обобщенное мнение экспертов по решению вопроса, которое получается в результате обработки имеющейся информации, считается оптимальным. Комплексное применение бессознательного мышления, логического мышления и количественных оценок дает возможность найти правильное решение проблемы [4, с. 15]. В данной группе методов выделяют индивидуальные и коллективные экспертные методы. При индивидуальных методах эксперт самостоятельно анализирует информацию [6, с. 9]. Ниже более подробно представлены некоторые методы данной группы (таблица 1).

Таблица 1 – Экспертные методы

Группа методов	Метод	Описание
Индивидуальные экспертные методы	Интервьюирование эксперта	Основан на наиболее простой процедуре сбора информации, аналогичной глубинному интервью. Респондентами в данном случае выступают эксперты; исследователь проводит беседу в соответствии с поставленными задачами исследования.
	Метод сценариев	Применяется в прогнозных исследованиях для описания будущего на основе некоторых предположений о состоянии факторов среды, оказывающих существенное влияние на функционирование фирмы. Как правило, составляются оптимистический, ожидаемый (наиболее вероятный) и пессимистический сценарии.
	Метод аналитических записок	Предполагает, что эксперт-прогнозист выполняет самостоятельно аналитическую работу с оценкой состояния и путей развития, излагая свои соображения письменно. При этом может осуществляться оценка важности проблем и решений.
Коллективные экспертные методы	Открытая форма обсуждения:	Эксперты лично взаимодействуют и рассматривают определенную проблему. При использовании данных методов достижение

Группа методов	Метод	Описание
		согласия в ходе взаимодействия не считается обязательным. Примерами являются метод «комиссий», метод «мозгового штурма», метод «суда». Открытая форма обсуждения имеет определенные недостатки. Мнение наиболее авторитетного эксперта может оказать влияние на мнение остальных экспертов; некоторые эксперты неохотно идут на публичные выступления, так как не готовы публично отказаться от своего мнения и пересмотреть ранее сделанные оценки.
	- метод «комиссий»	Основан на организации открытого общения экспертов, в ходе которого они занимаются согласованием противоречивых мнений о проблеме исследования. Обсуждение заканчивается при достижении экспертами консенсуса
	– метод «мозгового штурма»	Представляет собой открытый свободный неструктурированный процесс генерирования идей по заданной проблеме.
	– метод «суда»	Позволяет провести имитацию судебного процесса по изучаемой проблеме. При проведении этого метода выбираются соответствующие участники, и каждый из участников в соответствии с отведенными ролями аргументированно защищает свою точку зрения. Окончательный вердикт выносится голосованием.
	Закрытая форма обсуждений	Не предполагает личного контакта экспертов при рассмотрении проблемы, их заочное взаимодействие организуется исследователями через знакомство с оценками, сделанными другими экспертами.
	Смешанная форма обсуждения	В процессе применения такого метода группе респондентов предлагается занести свои соображения по исследуемому вопросу на бумагу в течение определенного периода времени. Затем, полученные материалы систематизируются руководителем группы, и проходит их групповое обсуждение. В результате такого обсуждения осуществляется оценка наиболее верных гипотез, а также прогнозов развития ситуации.

Источник: составлено авторами по материалам [2–3].

3. Экономико-математические методы. Методы, принадлежащие этой группе, основываются на заменителе-имитаторе реального объекта и вызывают необходимость построения некоторой модели, которая заменит реальный объект исследования [6, с. 9].

Рассмотрим практические аспекты некоторых методов рыночного исследования: примеры применения и их цели (таблица 2).

Таблица 2 – Методы рыночных исследований

Метод	Практическое применение	Цель
Эмпирический метод – опрос	20 апреля 2021 ПАО «РНКБ» запустила онлайн-опросы касательно качества обслуживания.	Анализ потребителей, разведочные, тестовые цели
Эмпирический метод – анкета	Анкеты для самозаполнения от Ашана.	Анализ потребителей, разведочные, тестовые цели
Эмпирический метод – эксперимент	Экспериментальный маркетинг компании Samsung. В 2012 году компания Samsung являлась спонсором Олимпийских игр и открыла пункты своей продукции (студии) в торговых центрах, на улицах, железнодорожных вокзалах. Главной целью открытия таких пунктов стала демонстрация продукции компании и нового мобильного приложения, посвященного Олимпиаде. В результате такого эксперимента 9 из 10 посетителей утверждали, что их выбор, скорее всего, будет сделан в сторону Samsung, что является следствием посещения демонстрационной точки. Чуть более трети посетителей (35%) заявили, что теперь у них появилось гораздо больше шансов рассматривать гаджеты Samsung в качестве вероятной покупки.	Разведочные, описательные, тестовые, прогнозные цели, привлечение потребителей.
Экспертный метод – метод сценариев	Используется практически всеми организациями перед решением об их создании: рассматриваются сценарии эффективности и целесообразности создания предприятия.	Разведочные, описательные, казуальные, тестовые, прогнозные цели
Экспертный метод – «мозговой штурм»	Мозговой штурм по вопросу внедрения Android приложения продукта. Задача – максимально отстраниться от похожести на приложения конкурентов. Project manager приглашает разработчиков, дизайнера, тестировщика, саппорт-менеджера.	Казуальные, тестовые, прогнозные цели, разработка новых идей.
Экономико-математические методы	Примером применения экономико-математических методов в рыночных исследованиях является модель жизненного цикла товара, которая дает возможность презентовать товар на разных этапах, обеспечить его долгое существование, определить признаки перенасыщения на рынке и правильно построить стратегию продвижения.	Разведочные, описательные, прогнозные цели

Источник: составлено авторами.

Из таблицы видно, что компании используют определенные методы маркетинговых исследований рынков исходя из конкретных целей, которые они ставят перед собой. Грамотное использование методов позволяет организациям эффективно функционировать и оставаться конкурентоспособными (хорошо это демонстрируют, например, вышеупомянутые компании Samsung и Аидас).

Выводы. Таким образом, организациям необходимо проводить рыночные исследования для обеспечения успешной деятельности. Для получения максимальной пользы из таких исследований, важно корректно использовать существующие методы, понимать механизм их применения, правильно трактовать результаты исследований и делать соответствующие выводы, способствующие повышению качества работы предприятий. Изучение теоретических и практических сторон методов рыночных исследований дает возможность иметь четкое представление о том, как можно извлекать максимальную пользу из анализа рынков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Евдокимов О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов. – Москва : РУТ (МИИТ), 2020. – 101 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/175923> (дата обращения: 27.09.2021).

2. Калиева О. М. Маркетинговые исследования / О. М. Калиева, В. П. Ковалевский, О. П. Михайлова. – Оренбург : ОГУ, 2013. – 200 с.

3. Кирильчук С. П. Методы проведения рыночных исследований предприятием / С. П. Кирильчук, М. Ю. Дементьев // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2020. – Т. 6, № 1. – С. 81–93.

4. Маркетинг гостиничного предприятия : методические рекомендации / составитель Л. М. Романова. – Сочи : СГУ, 2019. – 132 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/147784> (дата обращения: 29.09.2021).

5. Медведев П. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / П. В. Медведев. – Оренбург : ОГУ, 2019. – 96 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/159955>.

6. Основы маркетинговых исследований в авиационном бизнесе : методические указания / составители А. А. Купрюхин, И. А. Фомина. – Санкт-Петербург : СПбГУ ГА, 2018. – 50 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/145507> (дата обращения: 29.09.2021).

© М. Ю. Дементьев, А.Д. Крышня

УДК 339.138

РЫНОЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПУТЕМ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

MARKET RESEACH THROUGH NEUROMARKETING

Дементьев М. Ю., к. э. н.

Якшин В. А., обучающийся группы Э-б-о-195

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,

Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. Yu. Dementev, Candidate of Economic Sciences
V. A. Yakshin, student, gr. E-b-o-195
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются рыночные исследования путем нейромаркетинга и преимущества нейромаркетинга. Дана характеристика перспективам развития нейромаркетинга при проведении рыночных исследований и рассмотрены его основные преимущества над традиционными методами.

Annotation

This article explores market research through neuromarketing and the benefits of neuromarketing. The characteristics of the prospects for the development of neuromarketing during market research are given and its main advantages over traditional methods are considered.

Ключевые слова: нейромаркетинг, преимущества нейромаркетинга, рыночные исследования.

Keywords: neuromarketing, the benefits of neuromarketing, market research.

Введение. Нейромаркетинг – не новое явление, но интерес к нему только растет. Этой темой интересуются маркетологи и журналисты. О данном направлении говорят с осторожностью, ведь это можно сказать самый сильный механизм манипулирования потребителем. Существует мнение, что нейромаркетинг оказывает воздействие, которому невозможно противостоять.

Нейромаркетинг – это сбор и интерпретация информации о непроизвольных реакциях человека на атрибуты бренда: название, логотип, сочетание цветов. При этом исследуется пульс, потоотделение, токи мозга и другие спонтанные реакции человека. Также применяется магнитно-резонансное сканирование мозга. Существует мнение, что это полностью выдает тайные и явные желания потребителя.

Цель исследования. Определить основные преимущества нейромаркетинга.

Результаты исследования. Маркетологи и креативщики ценят свежее мышление и новые точки зрения. Нейромаркетинг предоставляет их, поскольку он имеет совершенно иной подход, чем традиционные исследования; он может измерять низкоуровневые эффекты дизайна (например, печатной рекламы) и видео (например, телевизионной и веб-рекламы) с точки зрения внимания, эмоций и реакции памяти людей.

В экономической литературе существует несколько определений нейромаркетинга.

В. Дершень считает, что нейромаркетинг – это наука о коммерческих маркетинговых коммуникациях, которая применяет нейробиологию для маркетинговых исследований, изучения сенсомоторных, когнитивных и аффективных реакций потребителей на маркетинговые стимулы [2].

С точки зрения Р. Дули нейромаркетинг стремится понять причину, по которой потребители принимают решения о покупке и их реакцию на маркетинговые стимулы, чтобы применить эти знания в сфере продаж [3].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что нейромаркетинг – это комплекс мероприятий, которые изучают реакцию человеческого мозга на разные маркетинговые стимулы. Применение их на практике позволяет лучше прогнозировать реакцию потребителя на раздражители, что в свою очередь позволит повысить качество обслуживания и эффективность маркетинга в целом в долгосрочной перспективе.

В то время как многие дизайнеры и креативщики часто сосредотачиваются на более общем уровне того, что они создают, исследования нейромаркетинга могут быть сосредоточены на гораздо более подробных рекомендациях. Они могут включать в себя понимание того, как создавать изображения, чтобы лучше привлекать внимание, как лучше редактировать объявление, чтобы сделать ключевую информацию более запоминающейся, определять элементы дизайна, которые будут стимулировать эмоциональное вовлечение в продукт, услугу, рекламу [4].

Когда мы смотрим на что-то, будь то плакат, логотип или упаковка, это активирует в нашем сознании ряд связанных с ним идей. Нейробиологи называют этот эффект затравкой. Некоторые из этих идей, которые можно измерить с помощью нейротехники, связаны с чувствами и концепциями, которые реклама или логотип бренда могут вызвать в нас. Некоторые из них активируют в нас цели, часто без нашего сознательного осознания. Например, ваше желание побаловать себя чем-то дорогим могло быть спровоцировано ранее днем, когда вы увидели плакат люксового бренда. В обычный день большинство из нас переживает путешествие, наполненное разными эмоциями. Некоторые из них бывают быстрыми и мимолетными, другие могут задерживаться, но мы их почти не замечаем. Однако эти чувства и эмоции могут влиять на наше поведение. Методы нейромаркетинга часто могут помочь выявить эмоциональные реакции так, как не могут выявить традиционные методы.

При изучении опыта, который развивается с течением времени, например, при просмотре телерекламы, нейромеры могут фиксировать отклики момент за моментом в режиме реального времени. Это дает ценную диагностическую информацию о том, как лучше редактировать объявление, что не может дать традиционный метод, основанный на вопросах.

Нейромаркетинг привлекает к себе все большее внимание, но критические аспекты его остаются малоизученными, в том числе, что именно он представляет или включает и как он используется на практике. Эта область уже вызвала споры. Например, популярная пресса сообщала о предполагаемых опасностях нейромаркетинга, включая опасения, что рекламодатели могут найти «кнопку покупки» или «волшебное пятно» в мозгу. Передовые статьи в научной литературе утверждают, что эти опасения, скорее всего, преждевременны, поскольку текущее состояние технологий визуализации не позволяет делать точные, детерминированные прогнозы принятия решений человеком. Третьи выразили опасения, что нейромаркетинг однажды может поставить под угрозу индивидуальную автономию, если эта технология сможет эффективно манипулировать поведением потребителей. Действительно, авторы одного недавнего обзора оптимистично оценивают потенциал этой технологии, утверждая, что нейромаркетинг «скоро сможет раскрыть скрытую информацию о

предпочтениях потребителей», хотя они признают, что эта технология вряд ли будет более рентабельной, чем традиционный маркетинг [5].

Даже когда потребители могут сознательно описывать или оценивать свои эмоциональные реакции или то, что они чувствуют к показанной им рекламе, будут большие различия между тем, как они это делают. Если вы соберете ответы от разных людей в одной выборке, будут неточности, кто-то невольно преувеличивает, а кто-то преуменьшает. Конечно, некоторые из этих вариаций сглаживаются усреднением данных по большой выборке, но для людей по-прежнему неестественно оценивать свои чувства по шкале.

В настоящее время количество фирм, использующих нейромаркетинг постоянно увеличивается, так как предприниматели осознают необходимость и актуальность внедрения данного подхода. Традиционные системы маркетинга устаревают, поэтому необходим новый взгляд на продвижение товара, чтобы увеличить эффективность продаж и снизить свои издержки [1].

Выводы. Нейромаркетинг является перспективной областью знаний, которая нашла практическое применение при исследовании реакций отдельных потребителей, на основе которой можно составлять прогнозы поведения клиентов, а также активно воздействовать на них с целью принятия решения о приобретении конкретного товара или услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аббазова Г. Ф. Понятие нейромаркетинга, проблемы и перспективы развития / Г. Ф. Аббазова, Н. Е. Курочкина // Экономика. Общество. Человек : материалы национальной научно-практической конференции с международным участием, Белгород, 26–27 июня 2020 г. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 48–51.

2. Дершень В. Инструменты нейромаркетинга: проблемы и перспективы / В. Дершень // Наука и инновации. – 2018. – № 6 (184). – С. 18–22.

3. Дули Р. Нейромаркетинг: Как влиять на подсознание потребителя. – М.: Попурри, 2017. – С. 15–20.

4. Ковалев И. И. Нейромаркетинг, как способ воздействия на потребителя / И. И. Ковалев, Ю. Д. Горева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5–3 (63). – С. 39–43. – DOI: 10.24411/2411-0450-2020-10473.

5. Лихтер П. Л. Нейромаркетинг и свобода воли в гражданском праве / П. Л. Лихтер // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. – 2020. – Т. 24, № 3. – С. 658–672. – DOI: 10.22363/2313-2337-2020-24-3-658-672.

© М. Ю. Дементьев, В. А. Якшин

ПРОЦЕСС ГЛУБОКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

CHANGE PROCESS IN THE ORGANIZATION

Зазыгин С. П., обучающийся группы М-м-305

Научный руководитель:

Слушкина Ю. Ю., к. э. н., доцент

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский

Мордовский государственный университет

им. Н. П. Огарева», г. Саранск

S. P. Zazygin, student, gr. M-m-305

Scientific Adviser:

Yu. Yu. Slushkina,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

National Research Mordovia State University, Saransk

Аннотация

В исследовании рассмотрены различные модели и подходы к проведению глубоких изменений в организации, определены их преимущества и недостатки, учитывая которые возможно повысить эффективность проведения стратегических изменений и обеспечить получение конкурентных преимуществ.

Annotation

The study examines various models and approaches to making profound changes in the organization, identifies their advantages and disadvantages, taking into account which it is possible to increase the effectiveness of strategic changes and ensure obtaining competitive advantages.

Ключевые слова: процесс изменений, глубокие изменения, стратегические изменения, подходы к изменениям.

Keywords: process of change, profound change, strategic change, approaches to change.

Введение. В середине XX века организации гордо заявляли о своем постоянстве, упорядоченности и стабильности, но в последней четверти XX века ситуация изменилась существенным образом. В настоящее время нахождение стабильность организации приводит к ее стагнации, так как прогресс техники и технологий в сочетании с ростом скорости изменений требуют от современных организаций способности к быстрым изменениям в ответ на изменения окружающей среды. Для этих целей необходимо рационально формировать процесс проведения изменений в организации.

Цель исследования. Раскрытие содержания различных подходов к процессу проведения глубоких изменений в организации.

Результаты исследования. Общая схема стратегических изменений организации требует определения исходного и конечного (желаемого) состоянии экономического субъекта и проведения собственного процесса глубоких изменений. При этом процесс проведения стратегических изменений может быть

осуществлен различными вариантами. Германо-американский психолог Курт Левин предложил модель проведения стратегических изменений, включающую в себя следующие этапы: размораживание, действие (непосредственно реализация стратегических изменений), замораживание. Сущностные характеристики данных стадий представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые характеристики стадий процесса стратегических изменений по К. Левину

Стадия	Содержание
Размораживание	На данном этапе менеджерам необходимо решить три ключевые задачи: – во-первых, создание мотивации к изменениям; – во-вторых, формирование направления изменений, создание ясной карты, что получится в результате изменений; – в-третьих, фиксация того, что не будет изменено ни при каких обстоятельствах.
Действие	Стадия представляет собой процесс непосредственного проведения изменений и включает в себя планирование конкретных шагов по изменению организации, планирование результатов выполнения каждого шага, выделение ресурсов, необходимых для проведения изменений, управление скоростью изменений и преодоление сопротивления изменениям.
Замораживание	Данный этап предполагает фиксацию произведенных изменений организации, для чего необходимо осуществить их интеграцию, то есть свести их в единую законченную систему путем нормативного закрепления новых структур, функций и т. п.

Источник: [5].

Модель, предложенная К. Левином, имеет определенные недостатки, которые, прежде всего, обусловлены периодом ее разработки – первая половина XX века. В тот период внешняя среда организации изменялась слишком медленно, следовательно, у руководителей было достаточно времени, чтобы после стадии замораживания воспользоваться полученным эффектом от проведенных изменений. В настоящее время деловая среда находится в постоянной динамике, при этом также она характеризуется существенной неопределенностью, в связи с этим после замораживания компания может обнаружить, что она оказалась снова в новой среде, требующей от нее новых стратегических изменений. Таким образом, цикл «размораживание – действие – замораживание» становится непрерывным, что формирует новые требования в области стратегического мышления.

Иной подход к проведению стратегических изменений был предложен учеными Школы бизнеса Гарвардского университета, которые выделяют два варианта, базирующихся на конечной цели организации: экономический и организационный.

Экономический подход (теория «Е») требует быстрого повышения доходов собственников бизнеса, которого следует достигать любыми доступными средствами, включая: сокращение персонала, сокращение затрат, продажу активов и т. п. [3] Все остальные аспекты деятельности организации, такие как развитие бизнес-процессов, совершенствование внутренних и внешних коммуникаций, построение эффективной организационной структуры и т. д.,

считаются второстепенными, которыми можно пожертвовать для удовлетворения потребностей собственников. Сотрудники рассматриваются как фигуры на шахматной доске, которые можно передвигать в зависимости от замыслов бенефициаров.

Организационный подход (теория «О») направлен на развитие возможностей организации путем выращивания соответствующей организационной культуры и развития человеческого потенциала [4]. Такой подход предполагает низкий уровень иерархичности структуры и высокий уровень участия сотрудников в обсуждении и принятии решений, когда каждый сотрудник видит свой вклад в конечный результат деятельности организации.

Экономический подход обеспечивает эффективность организации в краткосрочной перспективе, в то время как организационный подход ориентирован на устойчивое развитие в стратегической перспективе. В конце XX века теория «Е» стала доминирующей моделью организационных изменений, причина этого кроется в получении быстрых результатов, направленных на улучшение финансового состояния организации. Глобальная финансовая система немедленно делает изменения результатов организации доступными инвесторам, что позволяет привлекать дополнительные инвестиции. Однако такой подход не учитывает то обстоятельство, что экономический рост имеет ограниченный предел. Теория «О» выражает типичную философию японских компаний [2].

По нашему мнению, каждый из подходов имеет свои преимущества и недостатки, а также условия эффективного применения. Наиболее успешными являются организации, которым удается сочетать в определенной пропорции оба эти подхода.

Последний подход к процессу управления изменениями рассматриваемый в настоящем исследовании – подход по И. Адизесу, который в своих работах выделяет две части процесса изменений: принятие решений и осуществление решений. С точки зрения организации решения могут быть результативными (достижение цели без учета затраченных ресурсов) и эффективными (достижение цели без учета затраченных ресурсов). С точки зрения действия решения подразделяются на краткосрочные и долгосрочные, что позволяет составить следующие варианты таких решений:

- a) результативные краткосрочные (Performing – P);
- b) результативные долгосрочные (Administering – A)
- c) эффективные краткосрочные (Entrepreneuring – E);
- d) эффективные долгосрочные (Integration – I).

Эти варианты решений определяют четыре функции организации. Во-первых, это функция P – результативность в краткосрочной перспективе, удовлетворение сегодняшних потребностей потребителей. Во-вторых, функция A – эффективность в краткосрочной перспективе, обеспечение организационного порядка, оптимизация текущей деятельности. В-третьих, функция E – результативность в долгосрочной перспективе, способность удовлетворить будущие потребности потребителей. В-четвертых, функция I – представляет собой создание организационной культуры, обеспечивающей эффективность в стратегической перспективе.

Принятие решения об изменениях представляет собой определение приоритетной из представленных функций. Принятие решений состоит в ответах

на следующие вопросы: Функция I – для кого мы работаем, кто наши клиенты, почему мы существуем? Функция E – почему мы что-то делаем? Функция P – что мы делаем для удовлетворения потребностей клиентов? Функция A – как мы удовлетворяем потребности клиентов регулярно и с минимальными затратами ресурсов?

Качество принимаемых решений зависят от полноты и точности на данные вопросы, при этом давать ответы следует дать по приведенной выше последовательности. Соблюдение определенных пропорций в коде REAI достаточно важно для менеджеров, организующих изменения. Возможны четыре такие ситуации, в которых И. Адизес дает менеджерам образные названия (таблица 2).

Таблица 2 – Типы менеджеров по системе И. Адизеса

Обычный код	Роль менеджеров	Предельный код	Название менеджера по И. Адизесу
ReaI	Производитель	P___	Одинокий ковбой
reAi	Администратор	__A_	Бюрократ
pEaI	Предприниматель	_E__	Поджигатель
reaI	Интегратор	___I	Суперпоследователь

Источник: [1].

«Одинокий ковбой» – это менеджер, который выдвинулся на руководящую позицию из рядовых работников, который хорошо проявляет себя в исполнении работы, спланированной и организационной другими. Менеджер характеризуется нежеланием делегировать полномочия подчиненным, как правило, остальные работники безынициативны.

«Бюрократ» – это менеджер, для которого неважно, что делать, а важно – как делать. Он стремится к тому, чтобы организация была результативной путем соблюдения всевозможных правил, инструкций, указаний сверху и любых других нормативных документов. Для него в большей степени важно соблюдение подчиненными дисциплины, чем то, что они делают в процессе трудовой деятельности. По мнению И. Адизеса, «бюрократ» управляет хорошо контролируемой катастрофой, под его руководством организация идет к краху в строгом соответствии с планом.

«Поджигатель» – это менеджер, который больше думает о будущем, чем о настоящем. Он непрерывно стремится к инновациям, изменениям, что увеличивает возможные риски. Подчиненные не спешат выполнять поручения данного типа менеджеров, так как зачастую они не понимают, что от них ждут.

«Суперпоследователь» – это менеджер, главное внимание которого обращено на людей и их взаимодействие друг с другом. По своей сути «суперпоследователь» – это политик, который ничего не предпринимает до того момента, пока не выявит настроения людей, их взаимоотношения, цели и планы. Он уделяет большое внимание выяснению скрытых мотивов поведения подчиненных, причин поведения начальства. От подчиненных он ожидает информации о том, кто что сказал, почему сказал и что это означает на самом деле. Данная информация необходима ему, так как он выступает в качестве сигнала о том, что происходит в организации.

Разумеется, идеального менеджера не существует, в связи с этим И. Адизес считает, что главной задачей лидера является создание взаимодополняющей команды менеджеров, в которой качества каждого из них могут проявиться наиболее эффективным для организации образом. Создать такую команду лидер может путем развития организационной культуры, основанной на взаимном доверии и уважении людей.

Выводы. Таким образом, в настоящее время не существует универсального процесса проведения глубоких изменений в организации. Его рациональность определяется множеством факторов, в их числе: стиль менеджера, цели собственников, вовлеченность сотрудников и др. Лишь на при условии максимального учета факторов возможно выстроить процесс проведения изменений под конкретную организацию, тем самым обеспечив ей конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адизес И. Управляя изменениями: как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни : пер. с англ. – СПб : Питер, 2012. – 221 с.

2. Балашова С. П. Управление организационными изменениями как условие стратегического развития компании / С. П. Балашова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 3-1 (54). – С. 68–71.

3. Зазыгин С.П. Алгоритмы управления изменениями в организации / С. П. Зазыгин // E-Scio. – 2021. – № 3 (54). – С. 393–400.

4. Мартынов И. А. Регулирование деятельности организации на основе модели по управлению изменениями / И. А. Мартынов, О. Л. Перерва // Вектор экономики. – 2021. – № 3 (57). – С. 15–18.

5. Пушных В. А. Управление изменениями : учеб. Пособие / В. А. Пушных. – Москва : КНОРУС, 2021. – 186 с.

© С. П. Зазыгин

УДК 303.722.2

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ В УПРАВЛЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

FACTOR ANALYSIS IN THE MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

Инкина А. С., обучающаяся группы М-б-о-182
Научный руководитель:
Османова З. О.,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A. S. Inkina, student, gr. M-b-o-182
Scientific Adviser:
Z. O. Osmanova,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Исследование посвящено сущности и роли факторного анализа в управлении эффективностью деятельности предприятия. Раскрыта сущность основных видов факторного анализа и преимущества наиболее распространенного вида – детерминированного факторного анализа.

Annotation

The study is devoted to the essence and role of factor analysis in managing the performance of an enterprise. The essence of the main types of factor analysis and the advantages of the most common type – deterministic factor analysis are revealed.

Ключевые слова: факторный анализ, управление, эффективность деятельности предприятия, экономический анализ.

Keywords: factor analysis, management, enterprise efficiency, economic analysis.

Введение. В современной быстро развивающейся и меняющейся экономической ситуации перед многими предприятиями встают новые, более глобальные задачи, для решения которых необходим поиск и внедрение новых методов анализа и оценки их деятельности. Данные вопросы не теряют своей актуальности на протяжении всего периода существования предприятия, т. к. от способности системы управления самостоятельно оценивать внутреннюю и внешнюю среду деятельности предприятия, прогнозировать и предотвращать риски, проводить комплексный анализ деятельности и оперативно принимать соответствующие эффективные управленческие решения, зависит жизнеспособность деятельности предприятия на рынке в средне- и долгосрочной перспективе. К одному из эффективных методов анализа деятельности предприятия в рамках его функциональных подсистем, считают факторный анализ.

Цель исследования заключается в изучении роли факторного анализа в управлении эффективностью деятельности предприятия.

Результаты исследования. Основой принятия эффективных управленческих решений является релевантная и оперативная информация о внутренней и внешней среде деятельности предприятия, позволяющая выполнять качественный экономический анализ. Экономический анализ в управлении деятельностью предприятия позволяет не только обосновать альтернативные варианты управленческих решений, но и способствует эффективному развитию деятельности предприятия на основании подобных решений.

Экономический анализ — это комплекс процедур, с помощью которых можно оценить текущее состояние деятельности предприятия, выявить существенные связи и характеристики, а также спрогнозировать развитие в разрезе функциональных подсистем деятельности предприятия (финансовой, кадровой, производственной и т. д.) [2]. Особая популярность среди методов экономического анализа принадлежит факторному анализу.

Факторный анализ позволяет оценить влияние отдельных факторов на показатели эффективности деятельности предприятия. При анализе под фактором обычно понимают явления или процессы в экономической деятельности предприятия, которые взаимосвязаны или взаимозависимы и напрямую

оказывают влияние на изучаемые экономические показатели. Если показатель выступает в качестве следствия и результата деятельности одного или нескольких показателей, то его называют результативным. Показатели, определяющие поведение результативного признака, называются факторными.

Факторный анализ — это комплексный и систематический метод изучения и измерения влияния факторов на величину результативного показателя [1]. Преимуществом факторного анализа является то, что при его использовании требуется меньшее количество данных, что в свою очередь приводит к более быстрой генерации модели. Следовательно, при его применении нет необходимости в привлечении сложных вычислительных средств, что подтверждает простоту его применения относительно других методов экономического анализа.

В научной литературе выделяются следующие виды факторного анализа [2]:

- прямой – опирается на дедуктивный способ, т. е. анализ проводится от обобщающего фактора к частным (от результатов к причинам);
- обратный – основывается на индуктивном способе, т. е. анализ проводится от частных факторов к обобщающим (от причин к следствиям);
- стохастический – метод изучения факторов, в которых связь с результативным показателем неполная;
- детерминированный – метод изучения влияния на результативный показатель факторов, имеющих функциональную взаимосвязь;
- статический – связан с применением анализа на конкретную дату;
- динамический – метод изучения причинно-следственных связей в динамике;
- одноступенчатый – исследуются факторы одного уровня подчиненности без их детализации;
- многоступенчатый – исследование проводится с детализацией факторов, что позволяет изучить влияние факторов различных уровней соподчиненности.

Наиболее распространенным видом является детерминированный факторный анализ, т. к. он более простой по сравнению, например, со стохастическим видом анализа. Детерминированный факторный анализ позволяет оценить влияние основных факторов на развитие деятельности предприятия, определить их влияние и то, каким образом они могут быть соответствующим образом модифицированы для повышения эффективности деятельности предприятия [1].

К основным преимуществам методов детерминированного факторного анализа относятся следующие [3]:

- способ цепных постановок отличается универсальностью применения и простотой расчетов;
- способ абсолютных разниц позволяет сразу увидеть характер влияния факторов, является компактным и позволяет выявить ошибки вычислений;
- способ относительных разниц заключается в применении исходных данных, что позволяет рассчитать более точный результат, по сравнению с применением расчетных величин;
- индексный способ позволяет провести анализ при наличии данных, полученных в результате только двух исследований;

– интегральный способ проводится на основе базовых значений, а неразложимый остаток распределяется между факторами.

Таким образом, факторный анализ позволяет описать изучаемое явление всесторонне, при этом является достаточно простым в применении. Применяя данный вид анализа с определенной периодичностью, предприятие сможет вести безубыточную деятельность, эффективно распределяя и используя имеющиеся ресурсы [2].

В рамках факторного анализа можно сформировать нужную систему показателей, характеризующих деятельность конкретного предприятия в конкретных условиях ее осуществления. При этом возрастание роли факторного анализа связано с необходимостью своевременного определения стратегических подходов к планированию, позволяющему предприятию, в т. ч., сохранять оптимальный уровень конкурентоспособности в условиях ужесточения конкурентной борьбы на рынке. При этом факторный анализ позволяет определить пути перехода от исходной факторной системы к конечной, раскрытие полного набора прямых, количественно измеримых факторов, оказывающих влияние на изменение результативного показателя, что важно для обеспечения выбора необходимой конкурентной стратегии и, как результат, эффективного управления деятельностью предприятия.

Выводы. Таким образом, роль факторного анализа в управлении эффективностью деятельности предприятия в настоящее время значительно возрастает, т. к. повышается актуальность вопросов стратегического планирования в деятельности предприятий, вопросов выбора наиболее эффективной конкурентной стратегии, позволяющей предприятиям обеспечивать нужный уровень конкурентоспособности в постоянно меняющихся рыночных условиях и сохранить оптимальный уровень эффективности деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зайцева Д. О. Анализ прибыли предприятия на основе факторного анализа / Д. О. Зайцева, Е. Е. Харламова // Экспериментальные и теоретические исследования в XXI веке: проблемы и перспективы развития. – 2018. – С. 241–246. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35262832> (дата обращения: 10.06.2021).

2. Косорукова И. В. Экономический анализ: учебник для бакалавриата и магистратуры / И. В. Косорукова, О. В. Мощенко, А. Ю. Усанов. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 360 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613826> (дата обращения: 16.06.2021).

3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г. В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2019. – 374 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600085> (дата обращения: 10.06.2021).

© А. С. Инкина

**ПОЛОЖЕНИЕ МИГРАНТОВ НА ФРАНЦУЗСКОМ РЫНКЕ ТРУДА:
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИИ**

**MIGRANT WORKERS IN THE FRENCH LABOR MARKET:
CURRENT TRENDS IN HISTORICAL PERSPECTIVE**

Китова Е. Б., к. филол. н., доцент
Степанова В. А., обучающий группы МММеж-20-1
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный
университет», Институт управления и финансов,
г. Иркутск

E. B. Kitova,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
V. A. Stepanova, student, gr. MMMezh-20-1
Baikal State University, Institute of Management
and Finance, Irkutsk

Аннотация

Динамика положения мигрантов на французском рынке труда анализируется через описание исторических и культурных тенденций. Изучение реалий трудоустройства мигрантов показывает, что в настоящий момент ситуация является для них напряженной и достаточно неблагоприятной.

Annotation

The dynamics of migrant workers' position in the French labor market is analyzed in the framework of historical and cultural trends. The research of current employment conditions shows the situation to be tense and relatively unfavorable for migrants.

Ключевые слова: Франция, трудовые мигранты, интеграция, история, виза.

Keywords: France, migrants, integration, history, visa.

Введение. В современных условиях глобального рынка рабочей силы устойчивое развитие бизнес-структур невозможно без умения работать в мультикультурной среде, где есть необходимость создавать рабочие коллективы, состоящие из представителей разных национальностей и культур. Национальные компании, в которых появляются работники-иностранцы, регулируют этот вопрос по-разному, в том числе в зависимости от собственных национально-культурных качеств.

Данный аспект затрагивается в ряде научных работ, однако вопрос о глубоком и детальном анализе влияния мультикультурной среды на развитие бизнес-структур или экономики страны все еще остается открытым, т. к. среда и ее условия постоянно меняются, что, в свою очередь, представляет большой интерес для исследователей.

Цель исследования. Анализ динамики положения работников-мигрантов на французском рынке труда с целью интерпретации тенденций мультикультурного

взаимодействия, актуальных для успешной работы современных французских компаний.

Результаты исследования. Основываясь на источниках [3; 4; 5] касательно истории иммиграции и интеграции во Франции, можно сказать, что этнический состав мигрантов и их количество менялись в зависимости от исторического временного промежутка, а также и целей их прибытия во Францию. Так, первые две волны мигрантов были преимущественно европейского происхождения со схожей культурой, их наплыв поспособствовал промышленной революции и устранению ущерба, нанесенного Франции в ходе Первой мировой войны. Третья волна была самой масштабной, она состояла в основном из выходцев стран Магриба и Черной Африки. Въезд во Францию был сильно упрощен, в результате чего образовалось большое количество дешевой рабочей силы, что, в свою очередь, привело к процветанию экономики.

Интеграция иностранцев происходила быстро в те времена, когда Франция испытывала дефицит рабочей силы. Однако экономическое процветание привлекало все большее количество иностранцев до тех пор, пока Франция не решила резко сократить въезд иммигрантов в 1970-х годах, перейдя к политике регулирования иностранной рабочей силы, которая продолжается и по сей день.

Вследствие этого произошло сокращение рабочего класса и ослабление профсоюзных движений, которые не могли в полной мере защищать права даже коренных французов. Данное явление лишило многих мигрантов возможности успешной интеграции и, как результат, изменило отношение коренного населения к иностранцам, в особенности к выходцам из стран Африки, в том числе и потому, что их было количественно больше, других мигрантов [3].

Поскольку многие мигранты не упустили возможности воспользоваться программой по воссоединению семей, закрыть которую Франции не позволял Совет Европы, то спустя некоторое время появилось поколение детей, которые автоматически получали французское гражданство вместе со всеми правами и привилегиями, коих не было у их родителей [4]. Численность мигрантов из Африки стала расти, однако их культурной интеграции не происходило. Как результат, многие из них испытывали по отношению к себе ксенофобию, дискриминацию и расизм, выразившиеся в сегрегации по месту жительства, отказа в предоставлении работы и жестких ограничений в выборе профессий, поскольку около трети рабочих мест на рынке труда предназначены исключительно для французов [5].

Положение мигрантов во Франции также осложняется отсутствием единодушия в общественном мнении, ведь не только государство, но и общество определяет эффективность и успешность интеграции иностранцев. Как показал опрос, проведенный в 2018 году, французы склонны к избирательному отбору иностранцев, которых они готовы были бы принять в своей стране (таблица 1). Так, несмотря на близость культур, 73 % опрошенных французов разрешили бы въезд в их страну только некоторым, избранным иностранцам. В зависимости от того, насколько близка культура мигранта к французской, лишь от 16 % до 23 % респондентов были готовы принять его в своей стране. Соответственно, от 4 % до 11 % опрошенных проявили открытое нежелание принимать мигрантов во Франции.

Таблица 1 – Отношение к присутствию мигрантов в принимающих странах (доля респондентов, давших соответствующий ответ), 2018 г., %

Принимающая страна	Позволить многим		Позволить некоторым		Не позволить	
	ЛБК1	ИКМ2	ЛБК1	ИКМ2	ЛБК1	ИКМ2
Франция	23	16	73	73	4	11
Германия	44	22	55	74	1	4
Великобритания	21	18	74	75	5	7
Италия	20	14	69	70	11	16
Швейцария	29	17	69	78	2	5
Норвегия	34	29	66	70	0	1
Финляндия	21	11	78	82	1	7
Чехия	6	1	71	54	23	45
Польша	12	5	77	70	11	25
Россия	29	11	58	67	13	22

* ЛБК1 – лица близкой культуры, ИКМ2 – инокультурные мигранты
 Источник: составлено авторами по материалам [2].

С юридической точки зрения политика Франции по отношению к трудоустройству равно применима ко всем гражданам и иностранцам, что делает данный процесс более упрощенным и благоприятным для граждан стран, входящих в Евросоюз.

Однако де-факто мигрантам, прибывшим из-за пределов Евросоюза с целью трудоустройства, получить рабочее место с соблюдением всех равных прав очень непросто: как на этапе отбора, так и по прибытию в саму страну они сталкиваются со значительными барьерами. Все это свидетельствует о том, что французы неохотно трудоустраивают в свои компании мигрантов, в том числе и иностранцев из Евросоюза вне зависимости от близости их культуры к французской.

Сложно предсказать, какое отношение ждет мигрантов в будущем, однако, исходя из того, что в ближайшее время дефицита рабочей силы наблюдаться не будет, правительству Франции, скорее всего, придется еще больше ужесточить политику в отношении иностранцев и искать возможности снять с себя тяжелую ношу содержания «неудобных» людей, отдавая предпочтения «настоящим» французам, а также продвигая французскую идентичность путем подавления чужих культур.

Ряд подобных попыток регулирования со стороны правительства Франции можно было наблюдать во время пандемии 2020 года, однако, результаты такого регулирования можно признать неоднозначными. Несмотря на эпидемиологическую ситуацию, поток рабочих мигрантов сократился всего лишь на 30 %, в то время как общее число виз для работающих граждан снизилось на 48 % [1]. Это может свидетельствовать о том, что иностранцы, уже работающие по контракту сроком до 1 года на территории Франции, были вынуждены покинуть свои рабочие места в пользу коренных французов, не имея возможности продлить визу в условиях эпидемиологической напряженности на рынке труда. В то же время, поток мигрантов во Францию сократился незначительно, что, вероятнее всего, говорит о наличии низкоквалифицированных рабочих мест с

контрактами на небольшой срок, которые не являются привлекательными для коренных французов.

Большинство мигрантов по-прежнему прибывает из бывших французских колоний Африки. Многие мигранты стараются остаться в стране, стремясь получить гражданство через вступление в брак. Затем, через программу восстановления семей, они получают возможность перевести свою семью во Францию, и в случае с несовершеннолетними детьми не наблюдалось отказов в виде на жительство [1]. Что же касается более старших членов семьи, то сокращение соглашений на пребывание со своей семьей было не критичным (19 %), и, как уже говорилось выше, сам поток рабочих мигрантов сократился незначительно, при этом новых рабочих мест в экономике для них не появляется, поскольку коренные французы всегда имеют преимущество при получении рабочего места. Это также может выступать свидетельством распространения практики заключения с такими мигрантами фиктивных трудовых контрактов, когда при необходимости продлевается срок действия контракта, и, соответственно, визы.

Все вышеперечисленное вызывает волнения в обществе и недоброжелательное отношение к мигрантам, особенно в условиях ограничений из-за эпидемиологической ситуации и борьбы за рабочие места. Важнейшую роль в определении контекста работы в мульти-культурной среде играют работодатели, выступающие как носители общественного мнения. В подавляющем большинстве случаев мигрант получает работу только в том случае, если он обладает исключительными навыками, и, если не находится французского кандидата с сопоставимыми навыками. В остальных случаях даже во времена кризиса, такого, как пандемия 2020 года, работодатели готовы сократить мигрантов в пользу своих соотечественников, даже если они отлично выполняют свою работу. Как результат, мигрантам остается либо соглашаться на низкооплачиваемые краткосрочные контракты, либо заключать фиктивные рабочие контракты с целью продления визы и дальнейшего поиска работы.

Выводы. Положение мигрантов на французском рынке труда в разные исторические периоды менялось. Так, первые две волны миграции во Францию прошли весьма благоприятно. Отголоски третьей волны мы можем наблюдать и по сей день. Активный приток мигрантов привел к ужесточению политики регулирования, что оказало влияние на сокращении рабочего класса и ослабление профсоюзных движений, которые. Результатом явилась не только жестокая конкуренция за рабочие места, которую можно было наблюдать во время экономических кризисов 2008 и 2012 годов, но и рост националистических настроений, вызванные приростом количества мигрантов.

В настоящее время с юридической точки зрения граждане Франции и иностранцы равны в вопросах трудоустройства, однако в реальной бизнес-практике для граждан Евросоюза и самих французов все же существуют преференции.

Как итог, можно сделать вывод, что в настоящее время французские компании, в силу культурно-исторических особенностей и экономической конъюнктуры, не готовы работать с иностранцами. Тем не менее французские работодатели готовы рассмотреть кандидатуры работников-иностранцев с исключительными навыками и способностями, которые очень сложно найти

среди коренных французов. Но даже в этом случае предпочтение будет отдаваться кандидатам с «близкой культурой», что в свою очередь может вызывать проблемы в мульти-национальных командах и организациях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Миграционные изменения во Франции за 2020 год. – URL: <https://slon.fr/migrations-izmeneniya-vo-frantsii-za-2020-god/> (дата обращения: 01.10.2021).

2. Data and Documentation by Round 2018 / European Social Survey. – URL: <https://www.europeansocialsurvey.org/data/download.html?r=9> (дата обращения: 01.10.2021).

3. Histoire de l'immigration en France – URL: https://www.wikiwand.com/fr/Histoire_de_l%27immigration_en_France (дата обращения: 01.10.2021).

4. Politique d'immigration dans le contexte européen / Vie publique. – URL: <https://www.vie-publique.fr/eclairage/20179-la-politique-dimmigration-dans-le-contexte-europeen> (дата обращения: 01.10.2021).

5. Reydellet M. Les étrangers en France et les conflits d'appartenance / M. Reydellet. – URL: <https://felina.pagesperso-orange.fr/doc/etrang/reydellet.htm> (дата обращения: 01.10.2021).

© Е. Б. Китова, В. А. Степанова

УДК 338.48

РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИМ РЕСУРСОМ АУТСОРСИНГОВОЙ КОМПАНИИ

PERSONNEL MANAGEMENT AS A STRATEGIC RESOURCE OF OUTSOURCING COMPANY

Кокшарова А. Г., обучающаяся группы М-19-1
Баева О. Н., к. э. н., доцент
ФГБОУВО «Байкальский государственный
университет», г. Иркутск

A. G. Koksharova, student, gr. M-19-1
O. N. Baeva,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Baikal State University, Irkutsk

Аннотация

Рассмотрена роль персонала в деятельности аутсорсинговой компании. Показано, что эффективная организация процессов управления персоналом способствует реализации преимуществ бизнеса в сфере предоставления бухгалтерских услуг. Обобщены требования к соискателю должности бухгалтера в аутсорсинговой компании. Проанализированы процессы отбора, адаптации, вознаграждения и обучения персонала в компании, занимающейся оказанием бухгалтерских услуг. На основе выявленных проблемных зон сформулированы предложения по улучшению ситуации. Внедрение предложений способствовало снижению текучести персонала, повышению качества предоставляемых услуг.

Annotation

The role of personnel in the activities of an outsourcing company is considered. It is shown that the effective organization of personnel management processes contributes to the realization of business benefits in the provision of accounting services. The requirements for an applicant for the post of an accountant in an outsourcing company are summarized. The processes of selection, adaptation, remuneration and training of personnel in a company providing accounting services have been analyzed. Based on the identified problem areas, proposals for improving the situation were formulated. The implementation of the proposals helped to reduce staff turnover and improve the quality of services provided.

Ключевые слова: аутсорсинговая компания, персонал, текучесть кадров, подбор, адаптация.

Keywords: outsourcing company, personnel, staff turnover, recruitment, adaptation.

Введение. Персонал является ключевым ресурсом аутсорсинговой компании. Гарантируя клиентам непрерывность оказания услуги, высокий уровень качества, профессионализм и оперативность решения вопросов, компания берет на себя все риски, связанные с организацией работы персонала. От того, насколько грамотно и профессионально организована система управления персоналом, зависит возможность компании достигать стратегические, тактические и оперативные цели, удерживать свою позицию на рынке, оставаясь конкурентоспособной в долгосрочной перспективе. Любой просчет в работе с персоналом приводит к репутационным издержкам и оттоку клиентов.

Цель исследования. Разработка комплекса мероприятий по совершенствованию системы управления персоналом в аутсорсинговой компании, занимающейся оказанием бухгалтерских услуг.

Результаты исследования. На основе анализа требований к соискателям на должности бухгалтеров и главных бухгалтеров в аутсорсинговые компании, размещенных на «рабочих» сайтах и результатах интервьюирования руководителей компании, можно сделать вывод о том, что в поиске кандидатов на должность бухгалтера в аутсорсинговую компанию выделяют следующие требования: высшее образование; иметь стаж работы в аналогичной должности от 3-х лет; хорошо знать 1С 8.3; знать план счетов и проводок; уверенно пользоваться ПК; знать MS Excel, MS Word; высокая работоспособность; умение работать в режиме многозадачности; способность концентрироваться и оперативно справляться с оформлением документов; быть принципиальным исполнителем, строго придерживаться установленных в компании норм и правил; уметь корректно разговаривать по телефону с разными типами людей; готовность к обучению; умение работать с большими объемами информации; стрессоустойчивость; неконфликтность; грамотная устная и письменная речь; знание последних изменений в Налоговом и Гражданском законодательстве [2]. Аутсорсинговые компании предъявляют повышенные требования к сотрудникам: помимо профессиональных знаний, необходимы умение работать в режиме многозадачности, способность к быстрому переключению, хорошие коммуникативные навыки (до 50 % времени бухгалтера в аутсорсинговой компании приходится на коммуникации с клиентами, в отличие от работы в

традиционной бухгалтерии). Высокий уровень требований обуславливает сложности отбора персонала [1].

Компания – объект нашего исследования использует два метода подбора персонала. Первый – подбор через кадровое агентство. При этом возможны варианты, когда профессиональное тестирование проводит агентство, либо тестирование проводит компания-заказчик. Принятие решения о приеме на работу основывается на результатах профессионального тестирования, собеседования и согласования кандидатов с руководителем отдела в компании. Преимуществами данного подхода являются подбор кандидатов высокой степени релевантности и экономия времени компании. Однако недостатки существенны: высокие финансовые затраты, длительное время поиска (результаты могут отсутствовать более 3 месяцев), сложно контролировать и корректировать процесс поиска, низкая степень надежности. В самостоятельном подборе персонала основополагающую роль играет руководитель отдела, до собеседования доходят только те сотрудники, в которых действительно нуждается организация. Самостоятельный подбор хорош тем, что интервьюер видит напрямую будущего сотрудника и может более точно ознакомить его со всеми тонкостями работы, увидеть его личностные качества и принять взвешенное решение. Преимущества самостоятельного подбора: низкие финансовые издержки, отслеживание динамики поиска кандидатов, управление процессом поиска кандидатов. При этом недостаток один: значительные затраты рабочего времени непрофильных для подбора персонала сотрудников (в компании отсутствует HR-менеджер). Сравнение различных методов подбора представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная таблица систем подбора персонала

№	Самостоятельный подбор	Кадровое агентство с проф. тестированием	Кадровое агентство без проф. тестирования
1	Заявка в отдел продаж	Подача заявки	Подача заявки
2	Обзвон релевантных кандидатов	Первичное собеседование	Первичное собеседование
3	Телефонное интервью	Профессиональное тестирование	
4	Рассмотрение резюме руководителем отдела		
5	Предложение очного собеседования или отклонение кандидата		
6	Согласование даты и времени собеседования		
7	Собеседование кандидата с руководителем отдела и руководителем направления		
8	Проведение проф. Тестирования		
9	Решение о принятии или отклонении		

Источник: составлено авторами.

На основе данной таблицы можно сделать вывод, что компания большинство этапов берет на себя, даже при отборе через кадровое агентство. Поэтому не следует прибегать к услугам сторонней компании. Для улучшения системы подбора персонала на вакантную должность нужно разработать точные и необходимые критерии для отбора сотрудников. Удобно использовать таблицу в программе Excel, где можно вносить изменения при необходимости. Разработкой критериев занимается менеджер компании совместно с руководителем отдела. В

данной таблице будут указаны критерии, должности, ФИО, стаж работы, итог по собеседованию и прочее. Исходя из этой таблицы, можно будет сделать лучший выбор среди кандидатов.

После трудоустройства сотрудника в компанию с ним начинается работа по адаптационной программе. Ответственные за адаптацию сотрудника - руководитель направления и руководитель отдела, в который принят сотрудник. Руководитель направления занимается адаптацией в общих вопросах: внутренние правила компании, коммуникации с клиентами, ценности компании и т. д. Руководитель отдела проводит адаптацию по специфике работы, например, объясняет бухгалтеру, как отслеживают сдачу отчетности, как заполняется УРВ и др.

На этапе испытательного срока сотрудник проходит общее тестирование с руководителем направления. Компания понимает, что является приоритетом для нанимаемого сотрудника, какие у него ожидания и возможные амбиции и мотивация. Важный процесс в ходе испытательного срока это контроль руководителя отдела, т.к. именно он совместно с руководителем направления принимает решение о найме или увольнении. В контроль входит: результаты работы нового сотрудника, скорость её исполнения, уровень задаваемых вопросов, качество общения с клиентами. Полученную информацию он передает руководителю направления в устной форме.

В целях улучшения качества подбора и адаптации персонала рекомендуется составлять аналитическую справку по итогам работы специалиста [3]. С ее помощью можно четко выявить ошибки и недостатки нанимаемого сотрудника и принять наиболее верное решение. Этот метод эффективен, когда испытательный срок проходит несколько специалистов одновременно, тогда все данные о сотрудниках можно наглядно сравнить. Если сотрудник подходит по всем критериям компании, то он переходит на общую программу обучения, соответствующую его должности.

Данную систему адаптации сотрудников можно улучшить, прописав четкие обязанности руководителя по отношению к новому сотруднику (таблица 2).

Таблица 2 – Дополнения в программу адаптации нового сотрудника

Недели	Задания	Ответственный
1	1) Закрепление наставника, и с помощью него более близкое знакомство с сотрудниками 2) Представление нового работника коллективу компании 2) Получение контактов других сотрудников 3) Составление плана на испытательный срок 4) Предоставление специальной брошюры	Руководитель отдела
2-11	Выполнение рабочих задач	Руководитель отдела
11-12	Подведение итогов за весь адаптационный период и его оценка	Руководитель отдела

Источник: составлено авторами.

Для адаптации сотрудников необходимо использовать специальную таблицу. Она упростит систему адаптации в компании и сократит временные

издержки. Данная таблица разрабатывается в программе Excel, где можно вносить изменения при необходимости. В ней будет указано: задачи на первую неделю, задачи на 30, 60, 90 дней, статус (в процессе/завершено), контакт, заметки сотрудника.

На основании проведенного анализа причин оттока клиентов был сделан вывод о необходимости корректировки показателей КРІ. Необходимо внести такие показатели, как: внесение всех важных договоренностей с клиентами в систему, предварительное согласование суммы дополнительных услуг с клиентом, обязательность предварительного расчета предполагаемой суммы налога.

Опрос персонала компании показал важность мотива профессионального развития для персонала, что полностью совпадает с интересами компании. В связи с этим обучение необходимо проводить не только в формате самообучения, но и еженедельных обсуждений изменений в законодательстве, либо проблемных ситуаций.

Выводы. Предложенные изменения позволили улучшить качество работы с персоналом, привели к снижению текучести кадров. Считаем необходимым постоянный аудит процессов управления персоналом в компании для их своевременной корректировки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Евтюшина Е. Бухгалтерский аутсорсинг: особенности, преимущества и недостатки / Е. Евтюшина. – URL: <https://kdbp.ru/news/bukhgalterskiy-aoutsorsing/> (дата обращения: 07.08.2021).

2. Ленская И. Ю. Управление персоналом организации: конспекты лекций: учебное пособие / И. Ю. Ленская, И. В. Шиндряева, В. А. Ширяева. – Москва : Мир науки, 2017. – 127 с.

3. Филина Ф. Н. Аутсорсинг бизнес-процессов: проблемы и решения. – Москва : ГроссМедиа; РОСБУХ, 2008.

© О. Н. Баева, А. Г. Кокшарова

УДК 004.056.53

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ СИСТЕМ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНОВ ПФО)

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF LOCAL SYSTEMS OF THE TOURIST AND RECREATION SPHERE TO ACHIEVE THE GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF THE REGIONS OF THE VFD)

Полухина А. Н., д. э. н., доцент,
Лежнин В. В., к. э. н.
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный
технологический университет», г. Йошкар-Ола

A. N. Polukhina,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
V. V. Lezhnin, Candidate of Economic Sciences,
Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola

Аннотация

В последние годы в ряде регионов Приволжского федерального округа был отмечен значительный рост показателей туристско-рекреационной сферы: модернизация существующей и появление новой туристской инфраструктуры; появление новых коллективных и индивидуальных средств размещения в регионах Приволжского федерального округа; увеличение числа туристского потока в ряде регионов Приволжского федерального округа создание новых рабочих мест для населения. В работе выявлены и обобщены основные показатели развития локальных систем в сфере туризма и рекреации, приведены статистические данные регионов Приволжского федерального округа о современном состоянии данной сферы. В статье представлены основные способы достижения совершенствования туристской отрасли, развивающейся на территории регионов Приволжского федерального округа. В рамках исследования локальных систем хозяйствующих субъектов туристской сферы Приволжского федерального округа были предложены основные выводы и результаты исследования.

Annotation

In recent years, in a number of regions of the Volga Federal District, there has been a significant increase in the indicators of the tourism and recreation sector: modernization of the existing and the emergence of new tourism infrastructure; the emergence of new collective and individual accommodation facilities in the regions of the Volga federal district; an increase in the number of tourist flows to a number of regions of the Volga Federal District; creation of new jobs for the population. The paper identifies and summarizes the main indicators of the development of local systems in the field of tourism and recreation, provides statistical data from the regions of the Volga Federal District on the current state of this area. The article presents the main ways to achieve the improvement of the tourism industry developing on the territory of the regions of the Volga Federal District. As part of the study of local systems of economic entities in the tourism sector of the Volga Federal District, the main conclusions and results of the study were proposed.

Ключевые слова: экономика, туристская деятельность, локальные системы, экономика туризма, Приволжский федеральный округ, объекты культурного наследия в туризме.

Keywords: economy, tourism activities, local systems, tourism economics, Volga Federal District, objects of cultural heritage in tourism.

Введение. Концепция устойчивого развития как научная доктрина оформляется на рубеже XX–XXI веков. Туризм как ключевое средство стратегии устойчивого развития был включен в Программу ООН («10-летняя Рамочная программа по устойчивому потреблению и производству» (10 Year Framework Programme — 10YFP)) по защите окружающей среды (United Nations Environment Programme — UNEP) в 2012 г. на конференции ООН по устойчивому развитию «Rio+20» [3].

Локальные системы сферы туризма — это совокупность взаимосвязанных экономических агентов, главной целью которых является удовлетворение потребностей в продуктах, реализуемых в туристско-рекреационной сфере [1].

Устойчивое развитие локальных систем сферы туризма означает, что туристско-рекреационная отрасль в конкретном российском регионе находится на том уровне функционирования, который позволит достичь выполнения ряда основополагающих целей: экономическую жизнеспособность локальных систем, стабильный уровень занятости местного населения, поддержание определенного уровня качества жизни в российских регионах (муниципалитетах), где имеются туристские ресурсы, сохранение и приумножение природных ресурсов территорий и т. д. Ввиду данного факта, изучение и анализ перспектив развития локальных систем, сформированных в туристской сфере в регионах Приволжского федерального округа (ПФО), является важной исследовательской задачей.

Цель исследования. Проведение анализа функционирования локальных систем сферы туризма и рекреации в регионах ПФО для выявления проблем и перспектив их устойчивого развития.

Результаты исследования. В ходе проведения комплексного исследования изучению были подвергнуты следующие показатели: наличие в регионах объектов культурного наследия, которые используются для формирования турпродукта; количество и эффективность использования коллективных средств размещения; динамика туристского потока (количество туристов, посетивших тот или иной регион ПФО). Представим основные выводы.

Рассматривая деятельность хозяйствующих объектов и локальных систем в сфере туризма ПФО необходимо рассмотреть показатели функционирования объектов археологического наследия, которые являются неотъемлемой частью культурного наследия и могут быть представлены как объекты показа культурно-познавательного туризма (рисунок 1).

По итогам проведенного анализа выявлены проблемы, существующие в деятельности по вовлечению объектов культурного наследия в функционирование сферы туризма и рекреации.



Рисунок 1 – Показатели объектов культурного наследия в регионах Приволжского федерального округа

Источник: составлено авторами по материалам Российского статистического ежегодника.

Во-первых, большинство объектов культурного наследия в регионах находится в плохом состоянии, до сих пор не предприняты попытки по их реконструкции, восстановлению и дальнейшей работе с ними. Во-вторых, имеются случаи несоблюдения и нарушения законов о безопасности и защите объектов культурного наследия на территории регионов: нарушение границ объектов, неисполнение обязательств о предоставлении информации об объектах и т. д.

Анализируя деятельность локальных систем в сфере туризма и рекреации ПФО необходимо провести анализ количественных показателей деятельности коллективных средств размещения по направлению количества размещенных туристов (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели туристов, зарегистрированных на территории гостиничных предприятий за период 2018–2019 гг., (тыс. чел.)

Наименование региона	Количественные показатели туристов, останавливающихся в коллективных средствах размещения ПФО
Республика Татарстан	2007,8
Республика Башкортостан	1087,8
Нижегородская область	1027,1
Самарская область	840,7
Пермский край	637,9
Саратовская область	428,1
Оренбургская область	359,3
Ульяновская область	306,8
Кировская область	280,8
Удмуртская Республика	280,4
Чувашская Республика	275,3
Пензенская область	209,6
Республика Марий Эл	125,4
Республика Мордовия	114,2

Источник: составлено авторами по материалам Российского статистического ежегодника 2019 г.

Третьим важным показателем развития локальных систем в сфере туризма Приволжского федерального округа является динамика туристского потока. Республика Татарстан, как один из регионов-лидеров имеет хорошие показатели по числу туристского потока в регионе [4]. Вторым регионом-лидером в рамках показателя индивидуальных и групповых туристов, зарегистрированных в гостиничных предприятиях в 2018–2019 гг. стала Республика Башкортостан. В рамках проведенного анализа были выявлены основные показатели, определяющие численность туристов, посетивших Республику Башкортостан, к которым необходимо отнести: 1) количество иностранных туристов; 2) объем платных услуг в сфере туризма; 3) объем дохода от коллективных средств размещения.

Выводы. Подводя итоги исследования, следует отметить, что были выявлены основные результаты:

1. Республика Татарстан занимает первое место в Приволжском федеральном округе по таким показателям, как количество иностранных туристов; объем платных услуг в сфере туризма; объем дохода от коллективных средств размещения. Данный регион имеет большие возможности в сфере туризма, запас ресурсов, развитую туристскую инфраструктуру, государственное финансирование и др. По некоторым туристским показателям Республика Татарстан может соперничать с Москвой и Санкт-Петербургом.

2. Нижегородская область и Республика Башкортостан занимают второе и третье место по ряду показателей развития локальных систем экономики в туристской сфере Приволжского федерального округа. Например, по показателю «прием иностранных туристов в регионе», Нижегородская область обходит Республику Башкортостан, но проигрывает Республике Башкортостан по показателю «объем платных услуг в сфере туризма».

Регионы-лидеры в туристско-рекреационной сфере показали успешный опыт вовлечения в сферу туризма объектов археологического и культурного наследия, а также увеличение количества ночевок в коллективных средствах размещения за изучаемый период. К данным проблемам относятся: 1) отсутствие качественного сервиса в гостиничных предприятиях, а также предприятиях общественного питания, что негативно сказывается на работе с индивидуальными туристами или туристскими группами; 2) неэффективный брендинг туристской территории или его отсутствие; 3) дороговизна проживания в коллективных и индивидуальных средствах размещения и несоответствующее цене качество предоставляемых услуг [2].

Таким образом, для достижения основных целей устойчивого развития локальных систем туристско-рекреационной сферы в регионах ПФО необходимо обратить внимание на решение выявленных в ходе исследования проблем. При грамотном управлении на уровне региона возможно достижение таких целей устойчивого развития, как стабильный уровень занятости местного населения и поддержание определенного уровня жизни местных сообществ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Богданов Е. И. Экономика отрасли. Туризм : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии туризма» / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская ; ред. Е. И. Богданов. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 318 с.

2. Платонова Н. А. Определение и анализ конкурентов при разработке стратегии развития туризма региона / Н. А. Платонова, Т. М. Кривошеева // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. – № 25 (400). – С. 2–12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-i-analiz-konkurentov-pri-razrabotke-strategii-razvitiya-turizma-regiona> (дата обращения: 08.09.2021).

3. Программа по устойчивому потреблению и производству ООН [Электронный ресурс]: конференция по защите и охране окружающей среды, 2012. – URL: <http://www.unep.org/10yfp/Programmes> (дата обращения 08.09.2021).

4. Таратин В. А. Методика исследования въездного туризма на экономику региона / В. А. Таратин, Л. М. Таратина, А. В. Финько // Проблемы и основные направления

развития регионального туристско-рекреационного комплекса: материалы региональной научно-практической конференции, г. Санкт-Петербург. – СПб. : Изд-во Д.А.Р.К., 2004.

© А. П. Полухина, В. В. Лежнин

УДК 658.7.011.1

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

FEATURES OF STRATEGIC PROCUREMENT MANAGEMENT AT FUEL AND ENERGY COMPLEX

Стародумов В. Ю., обучающийся группы
3-ИИЭиГО-ЗФ-11М

Научный руководитель:

Пороткин Е. С., к. э. н., доцент,
ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет», г. Самара

V. Y. Starodumov, student gr. 3-IEGO-ZF-11M

Scientific Adviser:

E. S. Porotkin,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Samara State Technical University, Samara

Аннотация

Статья посвящена исследованию особенностей стратегического управления закупками на предприятии топливно-энергетического комплекса. Актуальность исследования обусловлена тем, что управление закупками является важной функцией управления организацией, так как вносит существенный вклад в сохранение конкурентоспособности за счет предоставления качественных товаров, услуг в нужное время в нужном месте в требуемые сроки, обеспечивая высокий уровень сервиса для клиента и сокращая издержки предприятия.

Annotation

The article is devoted to the study of the features of strategic procurement management at the enterprise of the fuel and energy complex. The research urgency is caused by the fact that procurement is an important function of company management as making a significant contribution to the preservation of competitiveness through providing quality products and services at the right time in the right place at the required time, providing a high level of customer service and reducing costs of the enterprise.

Ключевые слова: закупочная деятельность, управление закупками, снабжение, закупочные процессы, стратегическое управление, предприятия топливно-энергетического комплекса, стратегия управления закупками.

Keywords: procurement activity, procurement management, procurement processes, strategic management, fuel and energy complex enterprises, procurement management strategy.

Введение. Актуальность исследования обусловлена тем, что управление закупками является важной функцией управления организацией, так как вносит

существенный вклад в сохранение конкурентоспособности за счет предоставления качественных товаров, услуг в нужное время в нужном месте в требуемые сроки, обеспечивая высокий уровень сервиса для клиента и сокращая издержки предприятия.

Цель исследования. Расширить возможности совершенствования отдела снабжения за счет рационального выбора поставщиков, различных складских и рабочих помещений, информационного обеспечения и других элементов.

Результаты исследования. Закупочная деятельность является одной из главных функций в каждой фирме, в том числе и на предприятиях топливно-энергетического комплекса. Деятельность службы снабжения всегда направлена на получение нужных материалов в соответствии с техническим заданием, товаров и услуг в определенном месте и в нужное время, от проверенного поставщика по самой выгодной цене, который своевременно выполняет свои обязательства как до, так и после отгрузки товаров либо осуществления услуг. Из организационно-технической функции закупки со временем преобразовались в функцию большой стратегической важности. Изучая проблемы эффективного построения закупочной деятельности предприятия возможно расширить возможности совершенствования отдела снабжения за счет рационального выбора поставщиков, различных складских и рабочих помещений, информационного обеспечения и других элементов.

Предприятие в наше время не может быть эффективным без использования логистики. Существует возможность снизить затраты на логистику при помощи образования связей между производителями и потребителями [2, с. 11]. Для обеспечения предприятий материально-техническими ресурсами нужно принимать во внимание закупочную логистику, которая представляет собой сегмент общественного производства, осуществляющий оборот материально-технических ресурсов не только от производителя к потребителю, но и обеспечивающий передачу товаров внутри предприятия [1, с. 39].

В условиях сокращения затрат необходимо обращать внимание на стоимость используемых ресурсов и материалов. Закупочная деятельность имеет огромное влияние на расходы будущих периодов, производственных запасов, продукции собственного изготовления и незавершенного производства.

В любом производстве преобладающим фактором, влияющим на эффективность использования ресурсов, является закупочная деятельность услуг или материалов для прогрессирующих процессов. От высокого уровня сотрудничества с поставщиками зависит качество услуг или выпускаемой продукции [3, с. 23].

Деятельность службы снабжения зависит от представленных факторов, а также указывает на важность их анализа и решения выявленных проблем.

Логистика, стратегия деятельности предприятия и различные другие факторы при закупке товаров, работ и услуг оказывают значительное влияние на экономику предприятий:

– Для повышения качества обслуживания клиентов необходимо обеспечить оперативный обмен информацией и ресурсами внутри предприятия и внешними субъектами экономики, занять лидирующие позиции на рынке, что уменьшит расходы.

– Покупка запасов, наличие всевозможных продуктов, товаров незавершенного производства объясняют причину роста издержек [4, с. 83].

– Для увеличения динамики процессов логистики нужно все имеющиеся ресурсы инвестировать в основные средства: оборудование для производства, автотранспорт, сооружения для складирования производственных ресурсов, готовой продукции и т. д.

В соответствии с законом «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» каждое предприятие, должно разработать, согласовать, утвердить и опубликовать собственное Положение о закупках, описывающее правила проведения закупочных процедур, в том числе, их видов и способов [5].

В общем виды закупочной деятельности можно разделить на неконкурентные и конкурентные процедуры.

К конкурентным процедурам можно отнести аукцион, запрос предложений, опрос цен, конкурентные переговоры, конкурс. В данных процедурах определение победителя является состязательным, то есть участники соревнуются между собой, предлагая наиболее выгодную цену и условия поставки. В закупочной документации всегда должны заранее указываться все условия и сроки проведения конкурентных процедур.

К неконкурентным способам можно отнести закупку у единственного поставщика. Порядок проведения данных закупок регламентируется законом «О контрактной системе» и постановлениями Правительства, так же в Положении компании о закупках должны быть описаны все возможные случаи применения данных закупок.

Рассматривая этапы развития закупочной деятельности можно прийти к выводу, что переломный момент в развитии приходится на 90-е годы XX века. Предприятия начинают отходить от плановой экономики и заниматься закупками самостоятельно. Предприниматели сами занимаются поиском поставщиков, ведут переговоры о цене, условиях поставки и характеристиках продукции. Закупки как функциональное направление остается в списке второстепенных задач, уступая место вопросам о стратегиях развития, производстве и продажах, вклад в экономику предприятия пока отсутствует либо очень незначительный. На сегодняшний день закупочная деятельность является одной из важнейших функций любого предприятия. Компании сами управляют базой поставщиков, активно используют конкурентные процедуры, проявляют большое внимание к сокращению издержек за счет усиления конкуренции между поставщиками и эффектом длительного взаимодействия с контрагентами, что значительно влияет на вклад в экономику предприятия.

В результате анализа изменений закупочной деятельности, можно сформировать новое понимание закупок как стратегического процесса, направленного на достижение корпоративной стратегии фирмы.

Функцию отдела снабжения можно рассматривать с двух сторон: тактической стороны и стратегической.

Снабжение в тактическом плане — это каждодневные операции, обычно связанные с закупками и нацеленные на предотвращение дефицита или отсутствия услуг либо материально-технических ценностей. Стратегическая сторона — это именно процесс управления закупками, взаимодействия и

отношений с поставщиками, другими подразделениями предприятия, так же включает в себя процесс планирования и разработки новых методов закупки и т. д.

В зависимости от вида деятельности предприятия закупки товаров, работ и услуг составляют значительную долю расходов от 20 до 50 % всех операционных расходов. Таким образом, оптимизируя деятельность отдела снабжения, можно в значительной мере улучшить финансовые показатели предприятия, к примеру, при снижении затрат на закупку товаров, работ и услуг на 10–15 % вполне реально увеличить прибыльность компании на 10–25 %.

Эволюция взгляда на роль снабжения организации состоит в переходе от сосредоточенности на достижении выбора наиболее выгодной цены и на обеспечении своевременных поставок к управлению затратами в процессе закупок. Современный взгляд обусловлен тем, что закупаемые материально-технические ресурсы и услуги составляют значительную долю общей стоимости производства, в связи с этим управление затратами в закупках может быть наиболее эффективным способом поддержания рентабельности, чем удержание основной доли рынка.

Закупки, помимо собственных функций, начинают выполнять стратегическую функцию формирования взаимоотношений с поставщиками, а управление закупками в большей степени относится к управлению отношениями с поставщиками.

Стратегические роли снабжения проявляются в развитии, рациональности, и структурировании. Функция рациональности включает в себя: решения о том купить либо произвести самому необходимые товары; выявление возможности снижения общих затрат и затрат на закупки; повышение продуктивности, имея в виду частоту поставки и объем партий, а также обмен информацией.

Существует несколько главных стратегических вопросов управления закупками:

- выбор между покупкой товара у поставщиков, либо его самостоятельным производством;
- определение типа взаимоотношений с контрагентами;
- создание необходимой базы поставщиков за счет управления ими с учетом масштабов производств и сложившихся с ними взаимоотношений.

Выводы. Подводя итог, можно сказать, что управление снабжением рассматривается как часть интегрированной цепи поставок, где особое внимание уделяется информационному обеспечению и повышению качества товаров и услуг, оптимизации процессов, а также взаимоотношения с поставщиками имеют долгосрочный партнерский характер. Всевозможные виды деятельности предприятия, такие как сбыт, производство, маркетинговая и финансовая деятельность стали в большей степени зависеть от функционирования системы снабжения. Наступает понимание, что в снабжении существуют большие зоны неэффективности, рационализация которых поможет сократить общие издержки предприятия. В связи с данными фактами возникает необходимость реализации новых подходов к организации процессов материально-технического обеспечения и управления им. Управление закупками становится одной из главных функций, взаимосвязанной с остальными процессами управления и направленной на достижение общей стратегической цели предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баранникова Е. С. Регулирование закупочных отношений в международном частном праве / Е. С. Баранникова // Актуальные проблемы российского права. – 2016. – № 3 (64). – С. 192–197.
2. Дадашев Б. Э. Подсистема автоматизации закупочной деятельности на базе СЭД DIRECTUM / Б. Э. Дадашев // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-1. – С. 13–18.
3. Дёгтев Г. В. Профессионализм заказчиков как стратегия развития современной закупочной деятельности / Г. В. Дёгтев, Н. А. Акимов, В. В. Яценко // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-8. – С. 1735–1738.
4. Титова Г. Г. Профессионализация должностных лиц в сфере закупочной деятельности: нормативное регулирование / Г. Г. Титова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 9, Ч. 2. – С. 167–170.
5. Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964 (дата обращения: 30.08.2021).

© В. Ю. Стародумов

УДК 658.8

МОДЕЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА МИКС

MARKETING MIX MODELING

Хазиахметова Г. А., к. э. н., доцент
Актуганова А. А., обучающаяся группы 14.1-861
Галиева С. И., обучающаяся группы 14.1-861
ФГАОУ ВО «Казанский (приволжский) федеральный университет», г. Казань

G. A. Khaziakhmetova,
Candidate of Science, Associate Professor
A. A. Aktuganova, student of gr. 14.1-861
S. I. Galieva, student of gr. 14.1-861
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

В качестве инструмента рыночного развития и экономического роста компании ее аналитики используют Marketing Mix models (МММ), основанный на статистическом анализе корреляции рекламных мероприятий и продаж, а также прогнозах и оценке ROI. Расширяя рыночное пространство с помощью сети Интернет в среде дистанционных социальных взаимодействий, компания обеспечивает удобство, прямой доступ и скорость удовлетворения потребностей потребителей, а также точную фиксацию фактов об особенностях и результатах реализуемых транзакций и возможность прогнозировать и проектировать деятельность на базе применения концепции МММ.

Annotation

As a tool for the company's market development and economic growth, its analysts use Marketing Mix models (МММ), based on statistical analysis of the correlation of advertising

events and sales, as well as forecasts and ROI estimates. By expanding the market space with the help of the Internet in the environment of remote social interactions, the company provides convenience, direct access and speed to meet the needs of consumers, as well as accurate recording of facts about the features and results of transactions being implemented and the ability to predict and design activities based on the application of the MMM concept.

Ключевые слова: моделирование маркетинга микс, маркетинговый план, медиаканал, рентабельность.

Keywords: Marketing Mix models, marketing plan, media channel, profitability.

Введение. На протяжении нескольких десятилетий многие компании используют концепцию моделирования «маркетинга микс», которая нацелена на поиск перекрестных эффектов от применения, например, альтернативных цифровых каналов продвижения товаров и услуг на финансовые результаты функционирования компании. Концепция MMM (Marketing Mix Modeling) основана на инструментах эконометрики и предполагает расчет относительной эффективности и результативности инвестиций в маркетинговые мероприятия компании в краткосрочной и долгосрочной перспективах [3].

Условия функционирования на рынке в последнее время резко усложнились, что обусловлено его насыщенностью товарами и услугами, быстрой «утомляемостью» покупателя от однообразия используемых инструментов продвижения. Все это определяет необходимость поиска новых более эффективных каналов их продвижения и совершенствования планов маркетинга. MMM позволяет ответить на 2 важнейших вопроса: «Какова количественная оценка конкретного маркетингового плана? Как текущий маркетинговый план влияет на продажи?» [4]. При этом ответы на названные вопросы не могут базироваться на данных многолетнего опыта продаж. В их основе должны находиться данные текущих транзакций, сбор которых на уровне субъектов хозяйствования обеспечивают CRM и ERP системы. Так, например, выявлено, что в среднем потребители проводят более 64 часов в неделю за просмотром контента, коэффициент возврата инвестиций по которым (ROI) значительно отличается (рисунок 1).

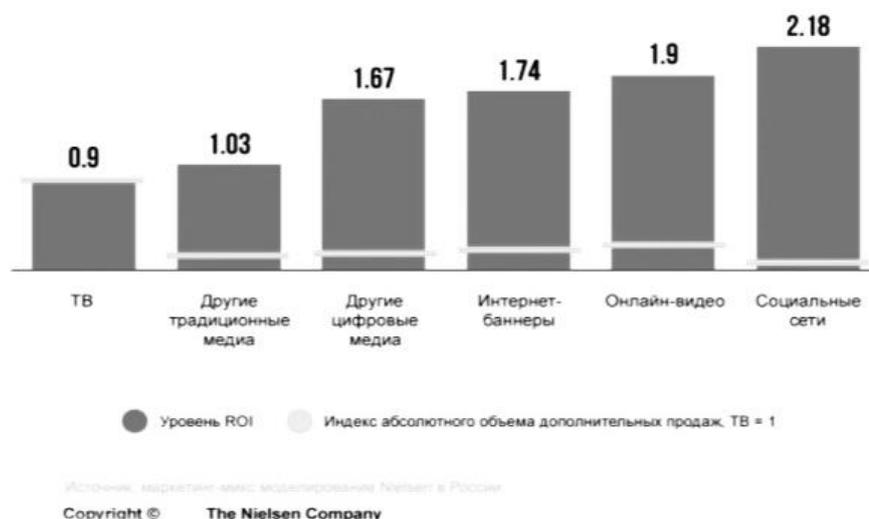


Рисунок 1 – Уровень ROI в различных медиаканалах в 2020 году
Источник: The Nielsen Company.

По статистике коэффициент возврата инвестиций от применения интернет-контента составляет около 90 %, среди наиболее распространенных социальные сети, такие как Вконтакте, Instagram, Facebook и другие. Связано это с тем, что реализуемые ими тренды корректируются под интересы аудитории, что обеспечивает клиентоориентированность при реализации конкретной модели организации продаж, например, в алгоритме: «вовлечение – переход на страницу – прогрев – продажи». Онлайн видео и баннеры приносят в 2 раза больше, чем традиционные медиа средства (радио, газеты и т. д.).

Согласно статистическим данным международной организации Nielsen Company значение коэффициента возврата инвестиций на продвижение с помощью Интернет-ресурсов в России вырос с 0,5 в 2015 году до 1,0 в 2020 году [1]. В Европе значение показателя ниже в связи с высокой стоимостью рекламы и варьируется от 0,6 до 0,8 соответственно. В то же время нельзя рекомендовать всем компаниям один и тот же набор медиаканалов для продвижения продукта, поскольку для каждой он уникален. Применение моделирования маркетинга микс позволяет оптимизировать затраты на поиск наиболее эффективных стратегий и способов продвижения.

Цель исследования состоит в исследовании и оценке эффективности применения аналитического инструмента при планировании продвижения товаров компанией Ester Lauder.

Результаты исследования. За последние 20 лет многие крупные компании, производящие товары повседневного спроса, такие как: P&G, AT&T, Kraft, Coca-Cola и Pepsi, для обеспечения эффективности планирования маркетинга взяли на вооружение инструмент моделирования маркетинг микс. Аналогичным образом поступила компания «Ester Lauder», которая создала уточненную маркетинг микс модель для каждой стадии жизненного цикла клиента, где в качестве драйверов роста обозначила знания о бренде, фактора вовлечения – анализ покупок клиентов, результата воздействия – оценку конверсии клиента.

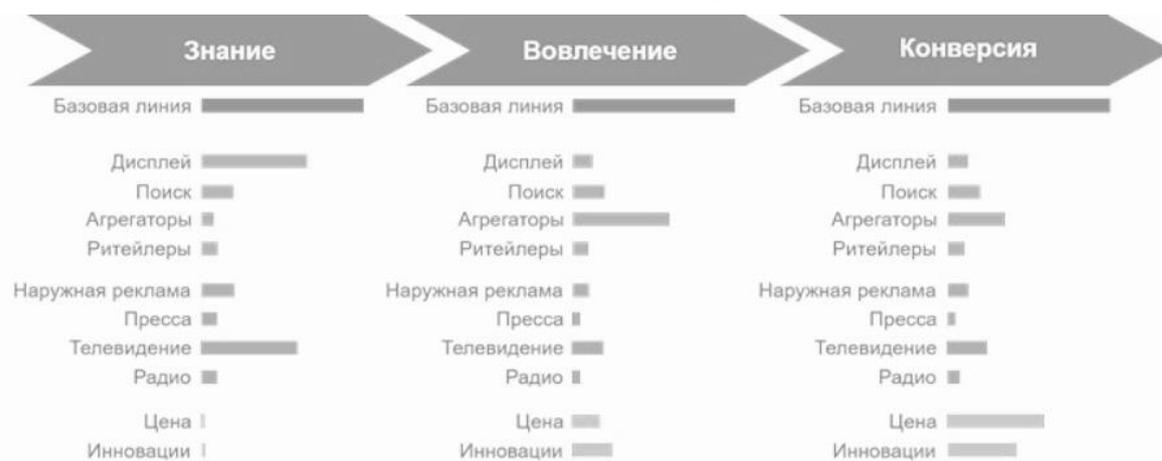


Рисунок 2 – Модель маркетинг микс компании «Ester Lauder»
 Источник: составлено авторами по [2].

Базовыми мероприятиями для формирования спроса на товары компании со стороны покупателей-новичков стали: 15 % скидка на первую покупку через интернет-магазины бренда; схема предложения бесплатных подарочных купонов для клиентов, удовлетворяющих определенным условиям. Для продвижения

товаров компания использовала фото дисплей в стратегических точках на пути покупателя; редакционное освещение событий в сети Интернет и прямую почтовую рассылку. Для обоснования прозрачности состава товаров и открытости по отношению к покупателю компания обеспечила открытый доступ к информации о товаре: страну производителя, направления и способ использования товара. Вовлечение клиентов сопровождалось привлечением инфлюенсеров – пользователей социальных сетей, имеющих лояльную аудиторию. На эти цели в 2020 году компания выделила 75 % рекламного бюджета или чуть более 3 миллиардов долларов. На продвижение товаров компании через социальную сеть Instagram компания инвестировала 128 тыс. долларов. Одним из мероприятий стала отправка десяти тюбиков с сывороткой в открытый космос и публикация полученных снимков в социальных сетях. Результативность названных вложений оценивается в приросте объема продаж на 9 % и росте выручки от реализации до 4853 млн долларов [2]. Мониторинг привлекательности товара компании для сетевых клиентов, быстрая превентивная реакция компании на запросы аудитории и частая смена медиа каналов позволили обеспечить положительную репутацию её брендов на рынке по всему миру.

Выводы. Моделирование применения инструментов маркетинга на принципах гибкости и креативности, позволяет давать экономически обоснованную оценку перспектив реализации мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта товаров через конкретные медиаканалы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аналитика ROI компанией «The Nielsen Company» за 2020 год. – URL: <https://www.nielsen.com> (дата обращения: 05.09.2021).
2. Годовая отчетность «Ester Lauder» за 2020 год. – URL: <https://www.esteelauder.ru> (дата обращения: 05.09.2021).
3. Гровера Р. И Вринса М. «Справочник по маркетинговым исследованиям: использование, неправильное использование и будущие достижения», 2006. – С. 506–522.
4. Pandey, Sandeep and Gupta, Snigdha and Chhajed, Shubham, ROI of AI: Effectiveness and Measurement (June 2, 2021). INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGINEERING RESEARCH & TECHNOLOGY (IJERT) Volume 10, Issue 05 (May 2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3858398> (дата обращения: 05.09.2021).

© Г. А. Хазиахметова, А. А. Актуганова, С. И. Галиева

**РЕШЕНИЕ ПРОДАВЦА ОБ УЧАСТИИ
В МАРКЕТПЛЕЙСЕ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ**

**THE SELLER'S DECISION ON MARKETPLACE
PARTICIPATION: INFLUENCING FACTORS**

Хлебович Д. И., к. э. н., доцент
Кордина И. В., обучающийся группы Ммеж-20-1
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный
университет», Институт управления и финансов,
г. Иркутск

D. I. Khlebovich,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
I. V. Kordina, student, gr. Mmez20-1
Baikal State University,
Institute of Management and Finance, Irkutsk

Аннотация

Привлекательность маркетплейса для продавца можно рассматривать как фактор успеха, поскольку по мере роста привлекательности возрастает количество и разнообразие участников и насыщенность ассортимента. Выявлено три группы факторов, влияющих на продавцов при принятии решения об участии в маркетплейсе: организационные (мотивы), технологические и факторы внешней среды (конкуренция). Сделан вывод о различиях влияния перечисленных факторов на рассматриваемое решение в зависимости от специфики и процесса продаж в конкретной отрасли, и продукта. Это положение становится основой для последующей эмпирической проверки.

Annotation

The marketplace attractiveness for sellers can be considered as one of the key success factors because the more marketplace is attractive for sellers the more participants and product alternatives exist. Three groups of factors influencing sellers' decision-making about participating in marketplace were identified: organisational (motives), technological and environmental (rivalry). The conclusion about the different impact of influencing factors on the decision was made. It depends on the both the product features and selling practices in particular industry.

Ключевые слова: электронный маркетплейс, e-commerce, факторы принятия решения, участие в маркетплейсе

Keywords: electronic marketplace, e-commerce, decision-making, e-marketplace participation

Введение. Маркетплейс – это бизнес-модель, применяя которую, компания выступает в качестве электронного посредника между продавцами и покупателями и предоставляет им виртуальную площадку для обмена товарами и услугами [3]. Маркетплейсы и онлайн-магазины являются двумя основными драйверами рынка электронной коммерции как в России, так и в мире [1]: 62 %

продаж в глобальном онлайн-ритейле в 2020 г. было сделано через маркетплейсы [5]. В 2020 г. объем продаж товаров на 100 крупнейших маркетплейсах мира составил 2,67 трлн долл. США (годовой прирост – 57 %) [5], а в России этот показатель по 20 крупнейшим маркетплейсам – 721 млрд руб. (годовой прирост – 108 %) [2].

Одним из факторов успеха маркетплейса является заинтересованность многочисленных продавцов в присутствии и активных продажах на такой площадке, иначе без представленного на ней широкого ассортимента товаров от множества продавцов покупатели не будут заинтересованы в ее использовании, и маркетплейс как бизнес-модель потеряет свой смысл [8]. Особенность маркетплейса, отличающая его от других моделей e-commerce, заключается в том, что он предлагает для покупателей возможности для сравнения большого множества альтернатив товаров и услуг, и, следовательно, позволяет принять более информированное решение при покупке товара или услуги [4]. Таким образом, для обеспечения большего объема продаж через площадку маркетплейсу важно обеспечить ее привлекательность и для другой стороны – продавцов. Следовательно, становится важным вопрос о факторах влияния на решение продавцов участвовать в маркетплейсе. Эти факторы должны быть изучены и эмпирически проверены.

Цель исследования. На основе теоретического поиска выявить факторы, влияющие на решение продавца участвовать в маркетплейсе.

Результаты исследования. В работе используется ситуационная модель, впервые разработанная в П. Лоуренсом и Дж. Лоршем [10] и позднее подробнее описанная Л. Дональдсоном [7]. Она использовалась некоторыми исследователями для изучения процесса принятия решений в организации, например, при выявлении факторов распространения интернета среди организаций в Сингапуре [14]. Преимущество этой модели состоит в том, что она концентрируется на организационном аспекте, а не на индивидуальных мотивах использования технологий, а также в том, что она включает в себя аспект внешней среды рынка, тем самым описывая процесс принятия решения как адаптивное организационное изменение, отвечающее стимулам рынка.

В ситуационной модели, факторы, влияющие на продавцов при принятии решения об участии в маркетплейсе, делятся на три группы: организационные, технологические и факторы внешней среды [14] (рисунок 1).

В эмпирических исследованиях было показано, что факторы имеют разную степень влияния при принятии решения продавцом об участии в маркетплейсе. Зная степень влияния каждого фактора, лица, принимающие решения, могут разрабатывать стратегии и программы, повышающие привлекательность как универсальных, так и специализированных маркетплейсов. Представленная модель может рассматриваться как теоретическая рамка для прикладных исследований маркетплейсов различной специализации.



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на продавцов при принятии решения об участии в маркетплейсе

Источник: составлено авторами.

Характеристика влияния перечисленных факторов представлена в таблице 1. Таблица 1 – Содержание факторов, влияющих на продавцов при принятии решения об участии в маркетплейсе

Фактор	Характеристика влияния	Источник
Организационные факторы		
Снижение временных и финансовых издержек	Чем выше экономия ресурсов от участия в маркетплейсе, тем выше вероятность участия продавца в нем	[6; 9; 11; 13]
Снижение цен на товары	Чем сильнее ожидаемое снижение цен на товары и услуги продавца после вступления в маркетплейс, тем меньше вероятность его участия там	[11]
Склонность продавца к тестированию новых технологий продаж	Чем выше склонность продавца к тестированию, тем выше вероятность вступления в маркетплейс	[11]
Поддержка топ-менеджмента компании-продавца	Чем выше заинтересованность топ-менеджмента в участии в маркетплейсе, тем выше вероятность вступления продавца в маркетплейс	[6; 14]
Восприятие топ-менеджментом риска, связанного со вступлением компании-продавца в маркетплейс	Чем выше уровень воспринимаемого топ-менеджментом риска, тем ниже вероятность вступления продавца в маркетплейс	[6; 12–14]

Фактор	Характеристика влияния	Источник
Технологический фактор		
Совместимость функционала маркетплейса с задачами организации	Чем выше степень восприятия технологии маркетплейса как помогающей решать задачи продавца с наименьшими усилиями с его стороны, тем вероятнее его вступление в маркетплейс	[14]
Факторы внешней среды		
Интенсивность конкуренции в отрасли, в том числе онлайн-конкуренции	Чем агрессивнее конкуренция в отрасли продавца, тем вероятнее вступление в маркетплейс	[11; 14]
Доступ к большому количеству покупателей или новым рынкам	Чем больше покупателей (из разных территорий) активно покупает на маркетплейсе, тем выше вероятность вступления продавца в него	[6; 9; 11]
Доступ к целевой аудитории	Чем к большому количеству клиентов из целевой группы возможен доступ через маркетплейс, тем выше вероятность вступления продавца в него	[6]
Мимикрия (повторение поведения других участников рынка)	Чем больше продавцов в отрасли активно использует маркетплейс, тем вероятнее вступление продавца в маркетплейс	[11]

Источник: составлено авторами.

Описанные зависимости были получены на основе как теоретических, так и эмпирических исследований. Следует отметить, что набор факторов может варьироваться в зависимости от практик продажи товаров (услуг), сложившихся в конкретной отрасли или регионе, а также от характеристик продукта (например, крупногабаритного товара, который сложно доставлять и продавать без предварительного осмотра покупателем, или комплексной высокопрофессиональной услуги на рынке B2B).

Выводы. Таким образом, важным направлением дальнейших исследований будет эмпирическая проверка гипотез о степени влияния того или иного фактора при принятии решения продавцом о вступлении в маркетплейс. В перспективе необходимо рассмотреть факторы, влияющие на активность использования продавцом маркетплейса как канала продаж и стимулирующие его не покидать данную площадку. Результаты будущих исследований важны для всех участников маркетплейса, поскольку обеспечивают достоверной информацией собственников и менеджмент для разработки программ повышения привлекательности маркетплейса. В свою очередь это ведет к повышению качества посреднических услуг, что сказывается на снижении затрат продавцов и покупателей и росте их удовлетворенности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Глобальное развитие e-commerce / IPG. Estate: официальный сайт. – URL: https://rgud.ru/documents/2020-IPG.Research_E-commerce.pdf.

2. Информационное агентство Data Insight: официальный сайт. – URL: <https://www.datainsight.ru/> (дата обращения 29.09.2021).

3. Хлебович Д. И. Электронный маркетплейс как эффективный канал продаж современной / Д. И. Хлебович, И. В. Кордина // Сборник трудов VI Всероссийской научно-практической конференции «Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы». – Симферополь: ООО «Ариал», 2021. – С. 406–410.

4. Bakos J. Y. A strategic analysis of electronic marketplaces / J. Y. Bakos // MIS quarterly. – 1991. – P. 295–310.

5. Digital Commerce 360: официальный сайт. – URL: <https://www.digitalcommerce360.com/> (дата обращения 29.09.2021).

6. Doherty N. An analysis of the factors affecting the adoption of the Internet in the UK retail sector / N. Doherty, F. Ellis-Chadwick, C. Hart // Journal of business research. – 2003. – Vol. 56. – №. 11. – P. 887–897.

7. Donaldson L. The contingency theory of organizations. – London: Sage, 2001. – 326 p.

8. Grieger M. Electronic marketplaces: A literature review and a call for supply chain management research / M. Grieger // European journal of operational research. – 2003. – Vol. 144. – №. 2. – P. 280–294.

9. Koch H. Business-to-business electronic commerce marketplaces: the alliance process / H. Koch // Journal of Electronic Commerce Research. – 2002. – Vol. 3. – №. 2.

10. Lawrence P. R. Differentiation and integration in complex organizations / P. R. Lawrence, J. W. Lorsch // Administrative science quarterly. – 1967. – P. 1–47.

11. Rask M. Motives for e-marketplace participation: differences and similarities between buyers and suppliers / M. Rask, H. Kragh // Electronic Markets. – 2004. – Vol. 14. – № 4. – P. 270–283.

12. Sarkar M. B. Intermediaries and cybermediaries: a continuing role for mediating players in the electronic marketplace / M. B. Sarkar, B. Butler, C. Steinfield // Journal of computer-mediated communication. – 1995. – Vol. 1. – № 3. – P. 1–14.

13. Strader T. J. Consumer opportunity, ability and motivation as a framework for electronic market research / T. J. Strader, A. R. Hendrickson // Electronic Markets. – 1999. – Vol. 9. – № 1–2. – P. 5–8.

14. Teo T. S. A contingency model of Internet adoption in Singapore / T. S. H. Teo, M. Tan, W. K. Buk // International Journal of electronic commerce. – 1997. – Vol. 2. – № 2. – P. 95–118.

© Д. И. Хлебович, И. В. Кордина

УДК 339.92

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ СОЗДАНИЯ КОМПАНИЙ ТИПА BORN GLOBALS

THE MAJOR CHALLENGE OF THE BORN GLOBAL COMPANIES ESTABLISHMENT

Хлебович Д. И., к. э. н., доцент
Кручинин И. С., обучающийся группы Ммеж20-1
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный
университет»; Институт управления и финансов,
г. Иркутск

D. I. Khlebovich,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
I. S. Kruchinin, student, gr. Mmez20-1
Baikal State University,
Institute of Management and Finance, Irkutsk

Аннотация

Компании типа born globals отличает новаторский подход к интернационализации. Положения теории международного менеджмента остаются актуальным инструментом для оценки и формулировки стратегий международных компаний такого типа. Показано, что важно выделить стратегические трудности, с которыми сталкиваются подобные компании и изучить, как базовые стратегии международного менеджмента могут помочь в процессе преодоления этих трудностей и реализации выбранной стратегии.

Annotation

Innovative approach to deal with internationalization is a key element of born globals companies. International management theory is still relevant as an instrument for appraisal and formulation of strategies of born globals companies. The paper shows the importance of strategic challenges identification for such companies. Concluded that the basic international management strategies are able to support the overcoming these challenges and the strategy delivering process.

Ключевые слова: интернационализация, born globals, международная компания, стратегия, AAA-framework.

Keywords: internationalization, born globals, international company, strategy, AAA-framework.

Введение. Born Globals (далее BG) – относительно новое явление, которое лежит в противоречии с классическими теориям интернационализации компаний (traditional internationalization theory). В отличие от обычных международных компаний, прошедших долгий путь становления от локальной до транснациональной фирмы, компании, попадающие в категорию BG являются глобальными, международными изначально, «по праву своего рождения».

Многие теории подразумевают, что интернационализация компании – это процесс, состоящий из нескольких стадий, которые компании необходимо пройти. Как минимум две классические школы – создатели теорий интернационализации заявляют об этом и формируют, соответственно, две модели интернационализации: Уппсальскую и Инновационную [2].

Сам термин BG возник, когда исследователями было замечено, что часть компаний ведет себя на стадии интернационализации иначе – быстрее проходя этот процесс и выбирая международную деятельность как ключевую в своей стратегии еще в момент создания. Основная трудность создания таких компаний состоит в том, чтобы найти менеджера, способного реализовать быструю интернационализацию за счет ранее полученного опыта, знакомств и знаний. В связи с этим, исследователи концентрируются на двух важнейших аспектах BG: лидерстве и накоплении знания. Аспект стратегий, будучи в противоречии с традиционной школой и большим разнообразием фирм данного вида, изучается в меньшей степени [6].

В теории международного менеджмента есть утверждения [4; 5], что любая деятельность традиционно созданных международных компаний сводится к двум (I-R framework) или трем (AAA-framework) базовым стратегиям международного менеджмента. Насколько возможно в принципе и при каких условиях эти базовые стратегии могут использовать компании ВG? В какой мере, благодаря этим базовым стратегиям, могут быть преодолены трудности создания и развития ВG?

Цель исследования – выявить основные стратегические трудности при создании компаний типа ВG и изучить применимость базовых стратегий международного менеджмента для преодоления данных трудностей.

Результаты исследования. ВG – малые или средние компании, которые проходят процесс интернационализации в течение первых трех лет с момента основания. Доля подобных компаний составляет 3–5 % всех компаний развитых странах (2017 г.) [3]. Статистики по данной теме относительно мало. Одно из наиболее подробных исследований по данной теме, которое включало в себя базу данных из 20000 компаний, не выявило трендов динамики – доля компаний данного типа оставалась в диапазоне от 2 до 6 %, в среднем составляя 60 компаний в год (рисунок 1).

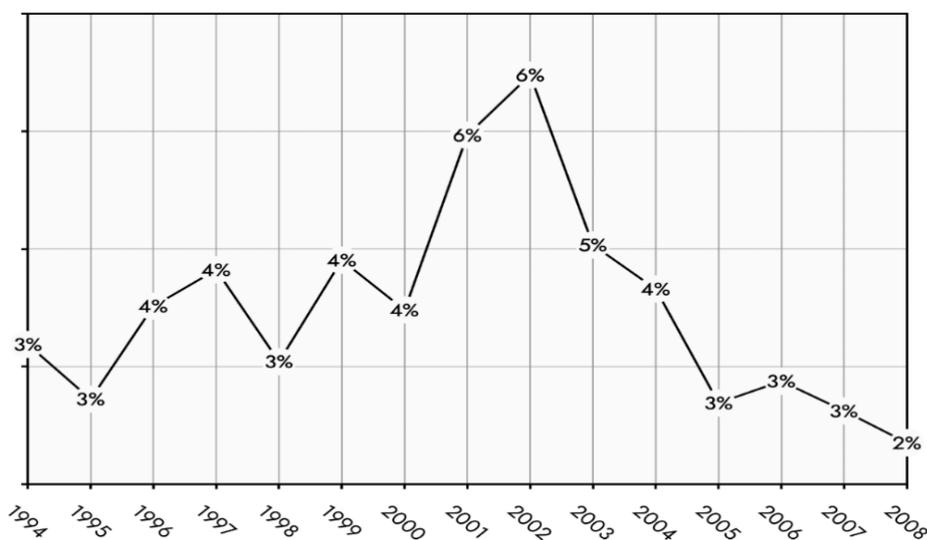


Рисунок 1 – Доля ВG среди всех датских стартапов с 1994 по 2008 гг.
Источник: составлено авторами на основе [3].

На сегодняшний день сбор репрезентативной статистики по данной теме осложнен уходом многих стартапов в Интернет, трудностями выявления ВG от остальной массы компаний.

Основные характеристик этих компаний [4]:

- количество работников не превышает 500 человек;
- имеется серьезное ограничение в материальных и финансовых ресурсах;
- наличие менеджера с ярко выраженной международной направленностью в стиле управления;
- при интернационализации гибки и агрессивны (другими словами – рискованны в своей деятельности);

– доля экспорта компании составляет более 25 % производимой продукции, или компания создает отделение/дочернюю компанию за рубежом; это происходит в течении первых трех лет с момента создания компании.

BG уникальны не только по своей природе но и по тем трудностям, с которым им приходится сталкиваться. При ограниченности в ресурсах и информации, важную роль начинает играть лидер: исполнительный директор или менеджер – только опираясь на его опыт и связи, подобные компании способны провести интернационализацию в короткий срок.

Соответственно, основная проблема и, в то же время, преимущество – разработка международной стратегии происходит зачастую еще до создания самой компании. Менеджер пытается найти такую стратегию международной деятельности, которая позволит ему получить конкурентное преимущество и максимизировать прибыль, и сама компания создается только для достижения данной цели.

Разница между стратегическим планированием в BG и традиционной ТНК состоит в следующем. Для классической ТНК формулировка международной стратегии – это анализ внутренних и внешних факторов, поиск альтернатив. Для BG роль внутренних факторов в процессе выбора гораздо меньше. Да, компания ограничена идеями, инвестициями, накопленной информацией, но производства, структуры затрат и других важных факторов для компании просто не существует. Это делает BG гораздо более гибкой. Для BG процесс разработки стратегий – это поиск наиболее выгодной альтернативы, а не наиболее подходящей стратегии для существующего бизнеса. Полагаем, что базовые стратегии международного менеджмента сохраняют свою исключительную полезность для BG. Существует две хорошо разработанные школы таких стратегий: I-R framework и AAA-framework.

Первая теория выделяет две базовые стратегии: интеграция и специализация (integration and responsiveness) [1]. Компания, выходя за пределы одной страны стремится получить конкурентное преимущество за счет эффекта масштаба, реализуя один и тот же продукт на большем количестве рынков(интеграция), либо за счет увеличения доли на международных рынках – создавая специальный, уникальный продукт для каждого из них, с учетом особенностей покупателя(специализация). При этом стратегии противопоставляются друг другу, действуя как разнонаправленные силы. Цель менеджера – совместить обе стратегии таким образом, чтобы нивелировать существующие между стратегиями противоречия и максимизировать эффект от использования каждой из них.

Модель AAA-framework [5] рассматривает три базовые стратегии: агрегацию, адаптацию и арбитраж. Первые две во многом схожи с предыдущей моделью, арбитраж, как стратегия, является новшеством – для данной стратегии максимизация прибыли происходит путем использования различий между странами, то может быть разница в оплате труда, отношение людей к определенному продукту, законы и т. д. Данные стратегии также противоречат между собой и компании вынуждены искать компромисс совмещая несколько стратегий одновременно, так как выбор одной стратегии не так выгоден и эффективен, как их комбинация.

Для BG выбор данных стратегий осложнен следующими обстоятельствами:

– будучи малыми компаниями, ВГ не способны нести большие издержки по совмещению базовых стратегий. Например, издержкой совмещения адаптации и агрегации — разработка сложных управленческих структур, часто матричных, где вертикаль — адаптация, горизонталь — агрегация. Для ВГ подобные решения рискованны и сложно реализуемы;

– часто не располагая данными по структуре затрат, ВГ не способны оценить, к какой базовой стратегии склонна компания;

– будучи ограниченными в информации и ресурсах, поиск стратегических альтернатив ограничен, несмотря на то что ВГ проще сменить стратегию из-за маленькой организационной структуры и постоянных издержек;

– лидер, полностью контролируя компанию и разработку ее стратегии, не всегда способен рационально оценить стратегические альтернативы.

Использование базовых стратегий намного сложнее, в первую очередь из-за того, что компания не способна покрыть издержки от совмещения нескольких стратегий. Часто для ВГ возможным остается преследование только одной базовой стратегии. Однако, в то же время компании проще сменить стратегию, будучи не обремененной существующей структурой организации и малыми размерами фирмы. Это позволяет использовать инструменты оценки и разработки стратегий намного чаще, что, в свою очередь, и делает компании более гибкими и отзывчивыми к изменениям международной среды.

Выводы. Несмотря на то, что ВГ как явление противоречат многим классическим теориям международного менеджмента, теории базовых стратегий остаются нужным инструментом для разработки и оценки стратегий международной деятельности таких компаний. Для ВГ фокус при использовании данного инструмента смещается, с вопроса «Какая стратегическая альтернатива нам больше всего подходит?» к «Какая международная стратегия позволит нам добиться лучшего конкурентного преимущества?». Процесс формирования стратегии в ВГ значительно отличается от традиционных ТНК, а изучение их опыта может принести вклад в исследования международного менеджмента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гриффин Р. Международный бизнес / Р. Гриффин, М. Пастей. – СПб.: Питер, 2006. – 1086 с.
2. Cavusgil, S. T., Knight, G. A. Born global firms: a new international enterprise. – New York: Business Expert Press, 2009. – 125 p.
3. Choquette E., Rask M., Sala D., Schröder, P. Born Globals—Is there fire behind the smoke? // *International Business Review*. – 2017. – N 26. – P. 448-460.
4. Ghemawat P. Managing differences: the central challenge of global strategy // *Harvard Business Review*. – 2007. – N 85. – P. 58-68.
5. Ghoshal S., Nohria N. Horses for Courses: Organizational Forms for Multinational Corporations // *MIT Sloan Management Review* 34. – 1999. – N 2. – P. 23-35.
6. Oviatt B. M., McDougall P. P. Toward a Theory of International New Ventures // *Journal of International Business Studies*. – 1994. – N 25. – P. 45-64.

© Д. И. Хлебович, И. С. Кручинин

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА АО «КРЫМХЛЕБ»
OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES AT JSC "KRYMKHLEB"

Ячmeneва В. М., д. э. н., профессор
Гирская А. А., обучающаяся группы М-м-з-191
Костюк А. А., обучающаяся группы М-м-з-191
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V. M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor
A. A. Girskaya, student, gr. M-m-z-191
A. A. Kostuk, student, gr. M-m-z-191
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В условиях цифровизации экономики, актуальность внедрения процессного подхода, процессного управления и оптимизации бизнес-процессов возросла многократно. Анализ бизнес-процессов на АО «Крымхлеб» показал, что результаты от их оптимизации отразились на результатах деятельности предприятия, а именно, повышении производительности труда, конкурентоспособности производства, имидже предприятия и мотивации персонала.

Annotation

In the context of the digitalization of the economy, the relevance of the implementation of the process approach, process management and optimization of business processes has increased many times. The analysis of business processes at JSC Krymkhleb showed that the results of their optimization were reflected in the results of the enterprise, namely, the increase in labor productivity, the competitiveness of production, the image of the enterprise and the motivation of personnel.

Ключевые слова: бизнес-процесс, процессный подход, процессное управление, эффективные практики, оптимизация.

Keywords: business process, process approach, process management, good practices, optimization.

Введение. В условиях цифровизации, на всех уровнях управления как по иерархии, так и гетерархии, пришло понимание того, что базовые резервы роста эффективности бизнеса заключаются именно в оптимизации бизнес-процессов. «Именно процессный подход в менеджменте дает возможность подобающим образом повысить уровень конкурентоспособности и гибкости компании, сделать ее более адекватной к изменениям рынка, кардинально повысить качество выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Процессный подход позволяет ликвидировать фрагментарность в работе, организационные и информационные разрывы, дублирование функций, нерациональное применение

материальных и человеческих ресурсов, а также существенно уменьшить операционные издержки» [5].

Цель исследования. Анализ бизнес-процессов коммерческих служб на АО «Крымхлеб».

Результаты исследования. В условиях цифровизации, в рамках процессного подхода задействуются такие механизмы управления, которые «кардинально меняют характер развития экономических связей, в основе которых лежит ресурсная концепция, что дает возможность сконцентрировать внимание на получении конечного результата и снизить транзакционные затраты при неизбежном росте качества производства» [5].

На сегодня нет устоявшегося понятия «бизнес-процесс», одни считают, что это «совокупность различных видов деятельности» [8], другие – «структурированное конечное множество действий» [9], третьи – «множество внутренних шагов (видов) деятельности» [4] или «логические серии взаимозависимых действий» [2; 6], четвертые – что это «цепь логически связанных, повторяющихся действий» [7; 1], но все они раскрывают «сущность, определяемую через точки входа и выхода», интерфейсы и организационные устройства и заканчивающиеся созданием продукции или предоставлением услуг, необходимые клиенту.

Таким образом, под бизнес-процессами мы будем понимать – систему последовательных, целенаправленных и регламентированных видов деятельности, в которой посредством управляющего воздействия и с помощью ресурсов входы процесса преобразуются в выходы, то есть в продукцию или услугу, необходимые клиенту.

Прикладной аспект управления бизнес-процессами на основе процессного управления анализировался многими учеными, так Л. В. Пасечникова и И. В. Зенченко [5] исследовали их на примере предприятий сферы услуг (кафе и кинотеатр). Ими выявлены три основные группы бизнес-процессов: основные процессы, процессы управления и обеспечивающие процессы. В результате анализа предложен ряд мероприятий с целью совершенствования бизнес-процессов: «1) оптимизировать финансово-договорную работу; 2) оптимизировать процесс планирования и нормирования запасов; 3) усовершенствовать интернет-сайт, ввести онлайн регистрацию и бронирование на сеансы; 4) регулярно проводить повышение квалификации персонала; 5) устранить организационные недоработки по оперативному обслуживанию клиентов» [5].

Для повышения эффективности бизнес-процессов управления авторами был разработан ряд рекомендаций: 1) решить проблему дефицита кадров и устранить организационные разрывы путем соблюдения сроков сдачи бухгалтерской и аналитической документации; 2) не относиться формально к планированию, бюджетированию и основываться на наблюдении, изучении статистических данных. «Результатом такой оптимизации стало увеличение объемов продаж и рост выручки на 5 %, сокращение текучести кадров с 26 % до 10 %» [5].

И. А. Красюк, Д. Г. Хухлаев и А. И. Барбарук [3] убеждены в том, что развитие торговли в условиях цифровизации невозможно без полноценного внедрения процессного подхода в управление торговыми компаниями. Под бизнес-процессом авторы понимают «комплекс взаимосвязанных торговых и

технологических операций, направленных на реализацию и достижение миссии торговой компании» [3]. По их мнению, «существует два вида анализа бизнес-процессов торговой компании: качественный и количественный» [3]. Позиция исследователей заключается в том, что использование конкретной методики для оценки результативности процессного управления определяется содержанием реализуемых бизнес-процессов и внедрением модели процессного управления торговой компании, которая позволит: изменить культуру ведения бизнес-процессов; сформировать новое экономическое мышление (ориентированное на современные методы управления); привлечь инвестиции и оптимизировать временные, материальные, трудовые и информационные ресурсы.

Рассмотрим практику применения оптимизации бизнес-процессов коммерческих служб на предприятии АО «Крымхлеб». Основанием для проведения оптимизации бизнес-процессов стало участие предприятия в Национальном проекте «Производительность труда и поддержка занятости». Руководство предприятия определило направления роста производительности труда, повышения качества сервиса для клиентов и выход на новые региональные рынки, это, в свою очередь, определило необходимость проведения оптимизации бизнес-процессов коммерческих служб. Анализируемое предприятие АО «Крымхлеб» относится к несырьевым предприятиям, имеет почти вековую историю, на рынке хлебопродуктов работает 90 лет с 1927 года, имеет свою торговую марку с высокой степенью узнаваемости, является участником свободной экономической зоны (что позволило снизить начисления на ФОТ с 30,4 % до 8 %, налог на прибыль с 20 % до 10 %). Средний возраст оборудования 25 лет. Предприятие выпускает продукцию, относящуюся к социальной группе, и поэтому уровень контроля со стороны органов власти очень высокий в том числе и по ценообразованию (что генерирует убыток в 2 млн руб. ежемесячно). По данным предприятия доля рынка в регионе составляет 79 %.

Качество сервиса для клиентов напрямую зависит от проблем, которые существуют на предприятии, причин по которым они возникают и управленческих решений по их устранению. К основным проблемам на предприятии можно отнести: задержку по поставкам клиентам (задержки поставок на 1–2 часа, свежесть продукта (от выхода из печи до прилавка более 12 часов, низкий уровень взаимодействия с клиентами, невыполнение заявок до 80 %); высокую долю заработной платы в выручке (40 %); недозагрузку мощностей на производстве (57 тонн из номинальных 100 тонн); частые переналадки оборудования из-за большого SKU ассортимента; низкий уровень мотивации персонала на достижение ожидаемых результатов.

Причинами таких проблем выступают: низкое качество сервиса для клиентов; высокая доля ручного труда; ручное управление в ключевых бизнес-процессах; отсутствие гибкой ассортиментной политики; нецелостная система материального вознаграждения по итогам достижения целевых показателей, эффективность системы мотивации ниже ожидаемой. На рисунке 1 представлен бизнес-процесс «AS IS» коммерческой службы АО «Крымхлеб» по работе с клиентами.

Анализ показал, что на входе не ведется статистика поданных заявок, это характеризуется как пассивные продажи и несоблюдение объемов минимальной

заявки. Фактическая информация о продажах отсутствует, что делает неопределенной заявку на производство продукции.

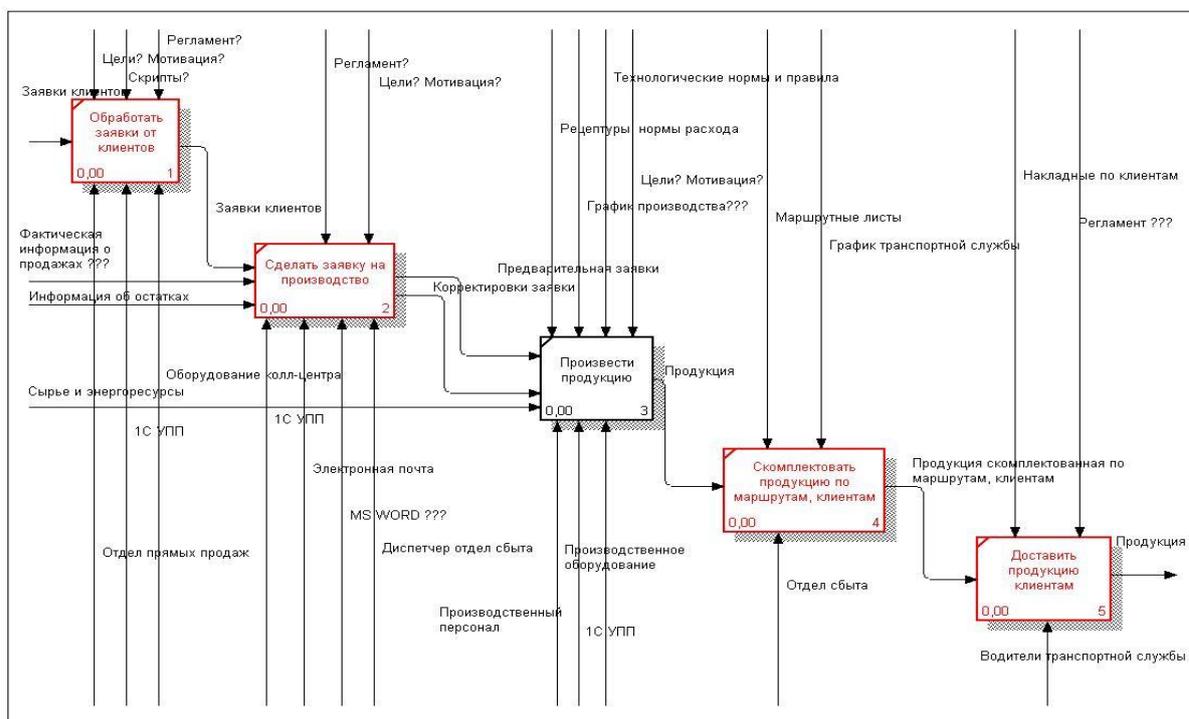


Рисунок 1 – Диаграмма декомпозиции бизнес-процесса
«Коммерческий отдел по работе с клиентами»

Источник: составлено авторами.

Управляющее воздействие на уровне анализируемого бизнес-процесса не формализовано: отсутствуют регламенты практически на уровне всех бизнес-процессов, не определены цель и мотивация бизнес-процессов.

На уровне бизнес-процесса «Сделать заявку на производство» выявлены следующие проблемы: нет единых правил планирования заявки на производство; заявка формируется в свободной форме в приблизительных цифровых значениях, что определяет низкий уровень мотивации к точному планированию; практикуются частые корректировки заявок (могут быть корректировки через 10 мин. в т. ч. в сторону уменьшения, когда уже запущено производство); отсутствует электронная система подачи заявок, нет анализа по массиву заявок.

На уровне бизнес-процесса «Скомплектовать продукцию по маршрутам клиентов» акцентируется внимание на: срыве сроков комплектации заказов; пересортице и некачественной сборке заявок; недостатке одной и излишках другой продукции.

На уровне бизнес-процесса «Доставить продукцию клиентам» выявили: регулярные задержки доставки (клиент иногда отказывается принимать продукцию из-за срыва сроков поставки, иногда сроки поставок превышают 12 часов); водитель-экспедитор сам определяет логистику доставки, что также приводит к недовольству со стороны клиентов.

По результатам проведенного анализа принято решение реализовать в кратчайшие сроки мероприятия, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Ожидаемый результат по оптимизации бизнес-процесса «Коммерческий отдел по работе с клиентами»

Наименование мероприятия	Ожидаемый результат
Провести оптимизацию бизнес-процессов коммерческих служб и внедрение управления по целям	Повышение эффективности работы коммерческих служб от принятия заявки до доставки продукции. Исклучение потерь и жалоб со стороны клиентов. Необходимый этап для дальнейшего развития и увеличения объемов продаж. Увеличение объемов продаж на 7 %, сокращение потерь на 5 %.
Анализ и оптимизация бизнес-процессов	
Внедрение управления по целям	
Создание системы управления и развития персонала коммерческих служб	
Внедрение системы мотивации на основе управления по целям	

Источник: составлено авторами по материалам исследования.

Таким образом, проведенный анализ бизнес-процессов позволит предприятию в короткие сроки формализовать деятельность коммерческой службы и к 2023 году внедрить технологию управления по целям, разработать ряд мероприятий по формированию и развитию профессиональных компетенций, усовершенствовать систему мотивации персонала на основе концепции управления по целям.

Выводы. Предпосылками внедрения процессного подхода и процессного управления в деятельность любого предприятия является как цифровизация бизнес-процессов, так и цифровизация экономики в целом.

Анализ эффективных практик доказывает целесообразность оптимизации бизнес-процессов, которые становятся основой формирования конкурентных преимуществ предприятий. Оптимизация бизнес-процессов на АО «Крымхлеб» позволяет достичь ожидаемые результаты и расширить рынок сбыта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Пер. с англ. С. В. Ариничева; под науч. ред. Ю. П. Адлера. – 4-е изд. – М.: РИА «Стандарты и качество». – 2007. – 272 с.
2. Зиндер Е. З. Новое системное проектирование: информационные технологии и бизнес-реинжиниринг / Е. З. Зиндер // Системы управления базами данных. – 1996. – № 1. – С. 55–67.
3. Красюк И. А. Процессный подход в управлении бизнес-процессами торговой компании / И. А. Красюк, Д. Г. Хухлаев, А. И. Барбарук // Практический маркетинг. – 2019. – № 1 (263). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnyy-podhod-v-upravlenii-biznes-protsessami-torgovoy-kompanii> (дата обращения: 09.09.2021).
4. Ойхман Е. Г. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е. Г. Ойхман, Э. В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 336 с.
5. Пасечникова Л. В. Экономика, управление и учет на предприятии / Л. В. Пасечникова, И. В. Зенченко // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 2 (70) – С. 90–96. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=6614> (дата обращения: 11.09.2021).

6. Рыжко А. Л. Казуальная классификация бизнес-процессов предприятия / А. Л. Рыжко // Информационные технологии управления. – 2018. – Т. 8, № 1. – С. 90–99. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kauzalnaya-klassifikatsiya-biznes-protsessov-predpriyatiya> (дата обращения: 10.09.2021).

7. Фидельман Г. Н. Бизнес-процессы и изменение организации / Г. Н. Фидельман, С. В. Дедиков // Методы менеджмента качества. – 2002. – № 2. – С. 11–14.

8. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Д. Чампи. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 288 с.

9. Шеер А. В. Моделирование бизнес-процессов: Пер. с англ. / А. В. Шеер. – М. : Весть-МетаТехнология, 2000. – 205 с.

© В. М. Ячменева, А. А. Гирская, А. А. Костюк

УДК 330

КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ
В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ

MANAGEMENT COMMUNICATIVE MECHANISMS
IN DIGITAL ECONOMY

Апатова Н. В., д. э. н., д. пед. н., профессор
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Физико-технический институт, г. Симферополь

N. V. Apatova, Doctor of Economic Sciences,
Doctor of Pedagogical Science, Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Physics and Technology, Simferopol

Аннотация

Современная экономическая система изобилует разнотипными субъектами хозяйственной деятельности, которые в условиях нарастающих информационных потоков затрудняются в поисках партнеров, поставщиков и потребителей своей продукции. Решением проблемы деловой коммуникации могут служить кластерные объединения и их образы на цифровых платформах территориального управления, позволяющие кооперировать и координировать деятельность органов управления и предприятий разного масштаба и направленности.

Annotation

The modern economic system is replete with multi-way business entities, which in the conditions of increasing information flows are difficult in search of partners, suppliers and consumers of their products. Digital Territorial Management Platforms can serve as a solution to the problem of business communication and the creation of clusters, allowing cooperate and coordinate the activities of the management bodies and enterprises of different scale and orientation.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая платформа, кластер, коммуникационный механизм, управление.

Keywords: digital economy, digital platform, cluster, communicative mechanism, management.

Введение. Тенденции индивидуализации предпринимательской деятельности, создания малых предприятий в сфере инновационных технологий, цифровизации мировой и национальной экономики требуют их объединения в кластеры и использования информационных технологий в координации деятельности отдельных предприятий и их объединений. Для реализации управления и повышения его эффективности целесообразно использовать цифровые платформы как единую базу цифровых двойников участников

экономической деятельности территории и всех экономических и организационных агентов социально-экономических процессов, формирования цифрового следа их деятельности и получения сведений о текущих и прогнозируемых данных поведения в реальной и цифровой среде. Управлению экономических агентов с использованием цифровых платформ посвящено относительно небольшое количество научных исследований, среди которых следует выделить следующие результаты: А. В. Овчинников и Т. Н. Тополева рассматривают кластеризацию экономического пространства как фактор повышения конкурентоспособности национальной экономики благодаря выделенным факторам внутриагентной кооперации и коммуникации, являющимися основой повышения потребительской стоимости производимой продукции, коллаборации предприятий и вузов, созданию совместных технологий выпуска инновационных продуктов [3]; А. А. Пузанов, А. А. Полютков и Г. А. Онтужева делают вывод, что кластерное развитие в России находится на стадии становления и для совершенствования его управления необходимо использовать цифровые платформы, позволяющие объединить централизованное управление с сетевой организацией кластера [4]; О. Г. Чарыкова и Е. С. Маркова, исследуя региональную кластеризацию в цифровой экономике, предлагают осуществлять взаимодействие участников кластера с использованием виртуальной деловой среды, которая имеет вид цифровой платформы с многоуровневой сетевой архитектурой, что даст возможность создавать кооперативные стартапы [5]; Т. Н. Кошелева определяет направления координации предпринимательского взаимодействия в рамках регионального кластера, одним из которых является использование цифровой платформы, что позволит снизить предпринимательские риски, повысить эффективность логистических транспортных систем, обеспечить прозрачность работы кластера и его участников [2]; Е. В. Биряльцев и др. также акцентируют внимание на использование цифровых платформ для реализации сложных наукоемких управленческих проектов, позволяющих создавать хранилища алгоритмов и данных их обработки, организовывать интерфейсы взаимодействия пользователей между собой и репозиторием [1].

Все перечисленные исследования подтверждают актуальность поставленной задачи создания цифровой платформы для управления взаимодействия участников кластеров, межкластерной координации и кооперации.

Цель исследования. Рассмотреть коммуникационные механизмы участников кластера и межкластерной коммуникации на основе цифровой платформы для взаимодействия и управления со стороны органов власти.

Результаты исследования. Системный подход к социально-экономическому развитию дает возможность выделить основные элементы и связи между ними, а также функции системы в целом. Кластеризация экономического пространства позволяет получить новые точки роста экономики территории и повысить ее конкурентоспособность, поскольку, с одной стороны, происходит децентрализация управления и возможность проявления инициатив со стороны предпринимателей, но, с другой, централизованный мониторинг общего состояния результатов экономической деятельности позволяет вовремя осуществить координацию, выявить узкие места, провести анализ и прогнозирование развития всего кластера. А. В. Овчинников и Т. Н. Тополева

пишут: «Институциональное направление экономической науки описывает кластерные структуры как форму институциональных контрактов, реализуемых в сетевом формате соглашений между ее участниками, которые с точки зрения отраслевой идентификации и территориального размещения в большей степени включены в процессы регулярного делового взаимодействия, чем предприятия несвязанных отраслей, удаленные друг от друга» [3, с. 43]. Данный подход позволяет рассматривать кластер как организационный институт, который сокращает транзакционные издержки за счет внутрикластерных коммуникаций.

Тройная спираль инновационного развития включает предприятия, власть и университеты в единый комплекс, если рассматривать данную спираль с позиции кластера, то третьим компонентом, помимо предприятия и власти в нее должен войти рынок как институт, регулирующий не просто спрос и предложение, а трехсторонние институциональные коммуникации. Вместе с органами власти он позволяет выстраивать стройную экономическую политику, создавая конкуренцию и, в то же время, подсказывая пути ее преодоления. Таким образом, трехсторонние коммуникации стимулируют создание инновационной продукции внутри кластера, организуют межкластерное взаимодействие, оптимизируя транспортные, логистические и человеческие ресурсы.

Цифровизация в настоящее время коснулась каждого предпринимателя, не осталось таких предприятий любого размера, которые в том или ином виде не использовали бы информационные технологии. Но, как правило, предприятия внутри кластера не обладают полной информацией о деятельности своих партнеров по кластеру, не говоря уже о внешней для кластера среде, и нуждаются в обобщенном анализе деятельности, выявлении перспективных направлений деятельности, новых рыночных нишах. Эти задачи способна помочь решить цифровая платформа, доступная как всем участникам кластера, так и органам территориального управления. Платформа, объединяющая возможности хранилища данных – репозитория, с обрабатывающими программами даст возможность оценить уровень развития бизнеса, его потребности в сырье, оборудовании и инвестициях в целом, используемые научные исследования, возможности создания совместных предприятий и инновационного взаимодействия участников кластера. При достаточном доходе участников на определенном развитии кластера возможны собственные научные разработки на уровне технологических проектов, что также простимулирует производство инновационных товаров и услуг. Таким образом, для кластера тройная спираль инноваций добавится четвертой линией – наукой, позволит привлекать исследователей из университетов.

Выявление организационных и управленческих потребностей в результате работы платформы со стороны органов регионального управления как результатов – выходных данных – цифровой платформы. Это позволит, в свою очередь, дать ответ на вопрос: «Что получают органы регионального управления и участники кластеров от внедрения цифровой платформы внутрикластерного и межкластерного взаимодействия?».

Цифровая платформа, являясь виртуальной цифровой средой, обладает многочисленными функциями и способностью к их расширению. К таким функциям следует отнести: организацию диалога между участниками кластера и органами управления в явном виде, проходящем онлайн, и косвенном,

закключающемся в обмене данными о хозяйственной и организационной деятельности; алгоритмы бизнес-анализа получаемых от участников данных, прогнозирование на их основе; анализ рынка производимых товаров и услуг, поиск покупателей на основе новых методов интернет-маркетинга, включая контент маркетинг; организацию обмена опытом и обучение в процессе проводимых на платформе конференций; получение сведений о производимых участниками кластера товаров и услуг.

Выводы. Кластер представляет собой территориальной институциональное образование, механизмы управления кластером необходимо строить на основе цифровых коммуникаций и подхода к кластеру как организационного института. Площадкой реализации коммуникационных механизмов должна служить цифровая платформа, доступная как участникам кластера, так и органам территориального управления и позволяющая координировать инновационную, хозяйственную, логистическую и рыночную деятельность участников кластера и территории в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Биряльцев Е. В. Цифровой проект и платформа для работы с ним / Е. В. Биряльцев, М. Р. Галимов, Д. Е. Демидов, А. М. Елизаров // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия Вычислительная математика и информатика. – 2020. – Т. 9, № 1. – С. 50–68.

2. Кошелева Т. Н. Направления координации предпринимательского взаимодействия в рамках регионального кластера // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 10. – С. 2517–2528.

3. Овчинникова А. В. Кластеризация экономического пространства как фактор роста конкурентоспособности национальной экономики / А. В. Овчинникова, Т. Н. Тополева // Управленческие науки. – 2020. – № 10 (2). – С. 41–52. – DOI: 10.26794/2404-022X-2020-10-2-41-52.

4. Пузанов А. А. Состояние и перспективы кластерного развития экономики Российской Федерации / А. А. Пузанов, А. А. Полютов, Г. А. Онтужева // Modern Economy Success. – 2021. – № 2. – С. 213–218.

5. Чарыкова О. Г. Региональная кластеризация в цифровой экономике / О. Г. Чарыкова, Е. С. Маркова // Экономика региона. – 2019. – Т. 15, № 2. – С. 409–419.

© Н. В. Апатова

**МОДЕЛЬ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВУЗА
В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РЕГИОНА¹**

**THE MODEL OF DIGITAL INTERACTION OF THE UNIVERSITY
IN THE ECONOMIC SYSTEM OF THE REGION**

Бянкин А. С.,
Бурдакова Г. И., к. э. н., доцент
ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре
государственный университет»,
г. Комсомольск-на-Амуре

A. S. Byankin,
G. I. Burdakova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Komsomolsk-na-Amure State University,
Komsomolsk-na-Amure

Аннотация

Авторами обоснована актуальность, определены направления и обозначена концептуальная модель цифрового взаимодействия вуза в экономической системе региона. Предложено создание многофункционального портала вуза для обеспечения сотрудничества с организациями по направлениям «Инжиниринг и разработка решений», «Вакансии», «Консультационная поддержка», «Подготовка кадров».

Annotation

The authors substantiate the relevance, identify the directions and indicate the conceptual model of digital interaction of the university in the economic system of the region. It is proposed to create a multifunctional portal of the university to ensure interaction with organizations in the areas of “Engineering and solution development”, “Vacancies”, “Consulting support”, “Personnel training”.

Ключевые слова: университет, субъекты рынка, модель цифрового взаимодействия, многофункциональный портал.

Keywords: university, market participants, digital interaction model, multifunctional portal.

Введение. Современные предприятия и организации все больше отходят от традиционных форматов работы, активно внедряя в организационные процессы элементы цифровых технологий. Распространение коронавирусной инфекции в 2020-2021 гг. активизировало деятельность по цифровой трансформации бизнеса, переводя деловые взаимоотношения на удаленную работу в сети Интернет. Развитие информационно-коммуникационных технологий требуют

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта № 010-00942 А. Тема: «Стратегическое управление цифровым потенциалом сложных экономических систем на основе платформенной концепции: теория, инструментарий и практические приложения».

совершенствования системы взаимодействия различных хозяйствующих субъектов на рынке, в том числе высших учебных заведений.

Актуальность цифровых преобразований университетов и их взаимодействия на рынке подтверждает анонсированная Министерством науки и высшего образования в июле 2021 г. «Стратегия цифровой трансформации отрасли науки и высшего образования», предусматривающая реализацию проектов внедрения цифровых решений в области модернизации информационно-коммуникационной инфраструктуры и образовательного процесса в вузах. В рамках стратегии планируется создать ряд сервисов для обеспечения различных сторон деятельности университетов: административной, образовательной, научной и инновационной [4].

Цель исследования. Определить направления и предложить концептуальную модель цифрового взаимодействия вуза с различными хозяйствующими субъектами в экономической системе региона.

Результаты исследования. Современные университеты представляют собой научно-образовательные центры, обеспечивающие необходимыми кадрами, научными разработками, консультационной и инжиниринговой поддержкой различных акторов рынка. Таким центром является Комсомольский-на-Амуре государственный университет, осуществляющий образовательную, научную и инновационную деятельность в Комсомольской промышленной агломерации Хабаровского края.

Университет располагает современной научно-производственной инфраструктурой, включающей Технопарк, Центр инновационных технологий в строительстве, Центр коллективного пользования «Новые материалы и технологии», Инжиниринговый центр «Инновационные материалы и технологии», Научно-образовательный центр «Промышленная робототехника и передовые промышленные технологии» и др. Сотрудники инновационной инфраструктуры и профессорско-преподавательский состав университета имеют возможность проведения инжиниринговых работ, разработки технико-технологических решений, проведения испытаний, изготовления образцов под нужды заказчиков, а также оказания консультационной поддержки в требуемых областях [1].

С целью реализации в образовательном процессе проектной деятельности обучающихся, вузом создана сеть студенческих конструкторских бюро (СКБ) по направлениям «Электроника и робототехника», «Промышленная робототехника», «Аддитивные технологии», «Беспилотные летательные аппараты», «Интеллектуальные технологии», «Автомоделирование», «Бизнес и предпринимательство» и др. Обучающиеся под руководством наставников реализуют проекты в областях конструирования, моделирования, программирования, разработки технических и бизнес-решений.

Для подготовки и переподготовки кадров в университете создан Центр дополнительного профессионального образования, реализующий программы профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров по направлениям экологии и безопасности жизнедеятельности, экономики и управления, металлургии, машиностроения и металлообработки, энергетики, передовых промышленных технологий, информационных технологий и др. [5]. Для содействия занятости и трудоустройству студентов и выпускников

университета функционирует Центр Карьеры [6]. Высшим учебным заведением сформированы связи с такими крупными промышленными предприятиями региона как «Комсомольский-на-Амуре авиационный завод им. Гагарина», «РН-Комсомольский нефтеперерабатывающий завод», ООО «ТОРЭКС», ПАО «Амурский судостроительный завод» и др.

Ведущая роль университета в кадровом, научно-технологическом обеспечении и развитии экономики региона возрастает в связи с созданием в 2015 г. Территории опережающего социально-экономического развития «Комсомольск», которая на текущий момент включает 9 площадок в г. Комсомольске-на-Амуре, а также в Комсомольском, Амурском, Солнечном, Верхнебуреинском районах Хабаровского края [2].

Выступая ресурсным и инновационным центром развития территории, Комсомольский-на-Амуре государственный университет целенаправленно расширяет сферу цифровизации своей деятельности. Здесь полностью сформирована электронная информационно-образовательная среда, позволяющая эффективно осуществлять онлайн-взаимодействие студентов и преподавателей; организован доступ обучающихся к электронно-образовательным ресурсам; функционирует система электронного документооборота. Успешными примерами цифровизации взаимодействия вуза с абитуриентами и обучающимися являются созданные и функционирующие «Портал абитуриента КНАГУ» и «Портал дистанционного обучения КНАГУ».

Трансформация форм взаимодействия высших учебных заведений и хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровой экономики [3], ставит задачу разработки новой модели цифрового взаимодействия вуза с предприятиями и организациями ТОСЭР «Комсомольск», другими участниками регионального рынка (рисунок 1).

Основой, предлагаемой авторами концептуальной модели, является многофункциональный портал, предоставляющий пользователю-организации (предприятию) различные полезные сервисы и возможность получить релевантную информацию, разместить заявку с техническим заданием и организовать взаимодействие по направлениям: «Инжиниринг и разработка решений», «Вакансии», «Консультационная поддержка», «Подготовка кадров».

Система взаимодействия может быть построена по принципу двухсторонних заявок в базе данных: от предприятий — заявки на проведение НИР и ОКР, инжиниринг, проведение испытаний, разработку технических решений, подбор кадров, оказание консультационной поддержки, подготовку и переподготовку кадров; от сотрудников, профессорско-преподавательского состава (ППС), подразделений университета и обучающихся — заявки на участие в запрашиваемых услугах и проектах; на проведение студенческой практики и стажировок. Портал обеспечит свободный доступ к базам информации (о реализованных проектах ППС и обучающихся; выпускниках и студентах, ищущих работу; специалистах, готовых оказать консультационную поддержку; программах подготовки кадров) и к индивидуальному интерфейсу для организаций-заказчиков через систему личных кабинетов, который даст возможность сотрудникам, ППС и обучающимся университета взаимодействовать с хозяйствующими субъектами в рамках процессов обмена информацией и оказания соответствующих услуг.

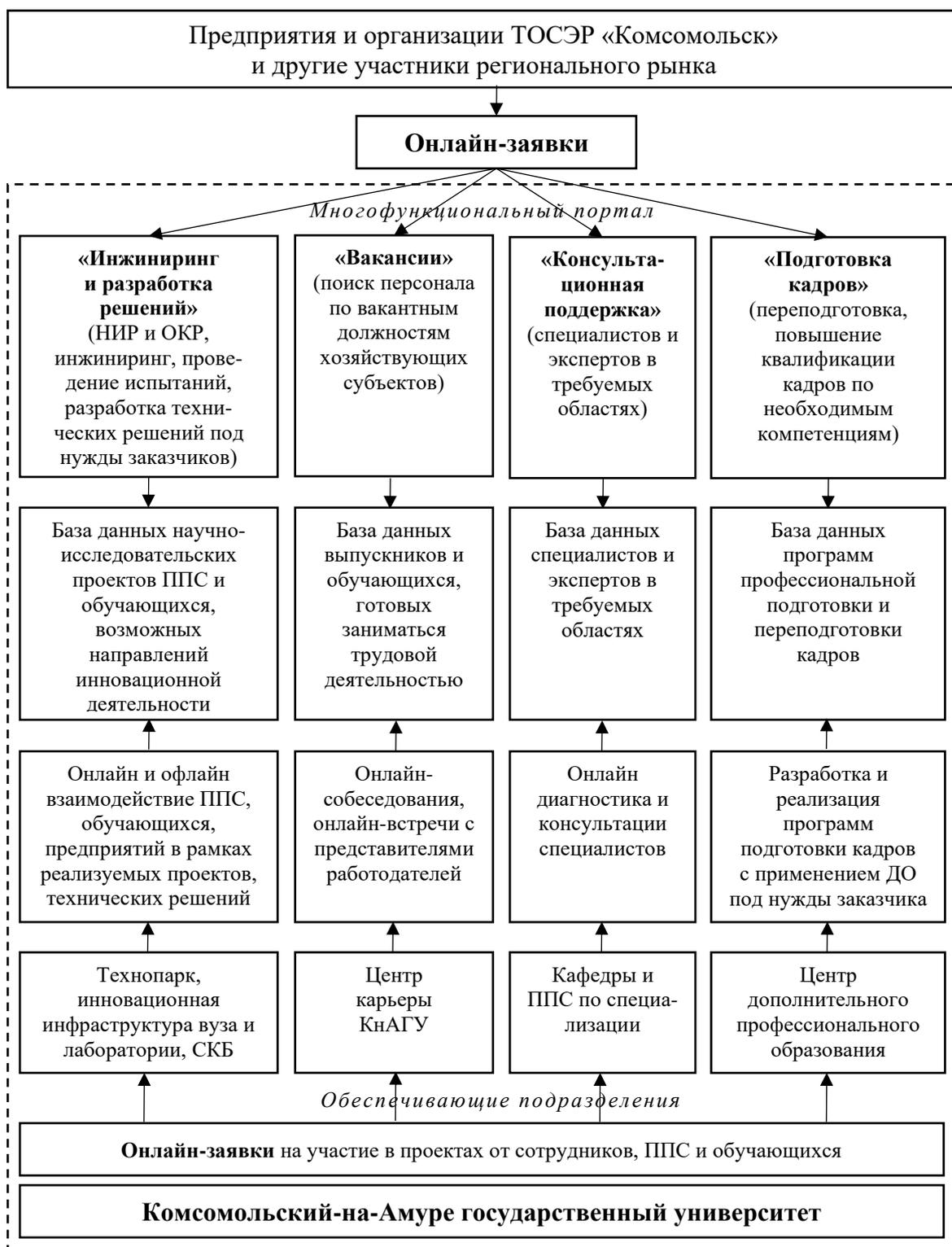


Рисунок 1 – Концептуальная модель цифрового взаимодействия вуза в экономической системе региона

Источник: составлено авторами.

В состав портала могут быть включены сервисы: обработки заявок, проектный офис (для обеспечения процессов групповой работы), консолидация данных из внешних Интернет-ресурсов и внутренних ресурсов КнАГУ.

Выводы. Внедрение предлагаемой концептуальной модели позволит организовать эффективное сотрудничество между высшим учебным заведением и хозяйствующими субъектами не только на локальном, но и региональном рынках; повысить уровень компетенций обучающихся и выпускников, вовлеченных в разработку проектов; оперативно реагировать на запросы организаций в реализации научно-технических проектов и кадровом обеспечении деятельности предприятий.

Для создания и полноценного внедрения цифровых сервисов и процессов в университете имеется современная ИТ-инфраструктура (серверы, компьютеры, ПО) и ИТ-управление. Однако, наиболее важный ресурс — это профессорско-преподавательский состав и обучающиеся, обладающие соответствующими цифровыми и профессиональными компетенциями, мотивированные на реализацию соответствующих проектов с конкретными хозяйствующими субъектами на основе цифрового взаимодействия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бурдакова Г. И. Развитие технологического предпринимательства в регионах опережающего развития на базе высшего учебного заведения: монография / Г. И. Бурдакова, А. С. Бянкин. – Комсомольск-на-амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2018. – 233 с.

2. Иконников Е. А. Оценка потенциала территории опережающего развития / Е. А. Иконников, И. Г. Усанов // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований- Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. – С. 380–382.

3. Ильина И. П. Возможности цифровых технологий в сфере посреднических услуг / И. П. Ильина, Т. А. Яковлева // Производственные технологии будущего: от создания к внедрению. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. – С. 349–353.

4. Стратегия цифровой трансформации отрасли науки и высшего образования. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 26.08.2021).

5. Центр дополнительного профессионального образования КнАГУ. – URL: <https://knastu.ru/page/2154> (дата обращения: 28.08.2021).

6. Центр карьеры КнАГУ. – URL: <https://career.knastu.ru/> (дата обращения: 28.08.2021).

© А. С. Бянкин, Г. И. Бурдакова

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**TRENDS IN SERVICE SECTOR DEVELOPMENT
IN THE DIGITAL ECONOMY**

Гамбеева Ю. Н.,

Филиал МГУ имени М. В. Ломоносова в городе
Севастополе, г. Севастополь

Маткасимов М. З., обучающийся группы ОМ21-9

ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте РФ», Институт государственной
службы и управления, г. Москва

Y. N. Gambееva,

Branch of the Moscow state University named after
M. V. Lomonosov in Sevastopol

M. Z. Matkasimov, student, gr. OM21-9

Russian Academy of National Economy and Public
Administration under the President of the Russian
Federation, Institute of Public Administration and
Management, Moscow

Аннотация

В современных условиях развитие сферы услуг обусловлено процессами цифровой трансформации экономики, что привело к формированию нового рынка электронных услуг и модернизации традиционных отраслей. Создание и внедрение технологий Индустрии 4.0 на различных этапах жизненного цикла организации позволяет активно совершенствовать существующие технологии предоставления услуг и создавать качественно новые сервисы. В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы изучения влияния ключевых современных социально-экономических тенденций цифровой трансформации на изменение бизнес-моделей и развитие сферы услуг.

Annotation

In modern conditions, the development of the service sector is due to the processes of digital transformation of the economy, which led to the formation new market of electronic services and the modernization of traditional industries. The creation and implementation of Industry 4.0 technologies at various stages of the organization's life cycle allows us to actively improve existing technologies for providing services and create qualitatively new services. In this regard, the issues of studying the impact of key modern socio-economic trends of digital transformation on the change in business models and the development of the service sector acquire particular relevance.

Ключевые слова: сфера услуг, цифровая экономика, цифровая трансформация, цифровые продукты и услуги, цифровизация.

Keywords: service sector, digital economy, digital transformation, digital products and services, digitalization.

Введение. Внедрение цифровых информационно-коммуникационных технологий изменяет поведение общества, образ жизни людей, определяет направление развития экономики, трансформирует все сферы общественной жизни. Изменения в основном затрагивают формы и характер взаимодействия участников цифровой экономики. Особое внимание уделяется сфере услуг, цифровое развитие которой определяет эффективность функционирования как отдельных участников цифровой экономики, так и рост социально-экономических показателей страны в целом.

Цель исследования. Выявление тенденций развития сферы услуг в рамках цифровой трансформации экономики Российской Федерации.

Результаты исследования. На развитие сферы услуг Российской Федерации, начиная с начала 2000-ых годов оказывают влияние следующие тенденции:

1. Цифровая трансформация социально-экономической жизни;
2. Сервисизация и развитие системы гибридных продуктов и продаж;
3. Развитие экономики совместного потребления.

Внедрение цифровых технологий, сервисов и платформ стало возможным благодаря развитию сети Интернет и распространению мобильных технологий и устройств, обеспечивающих возможность каждому человеку получить доступ к процессам цифровой обработки информации в качестве производителя, покупателя, продавца, посредника или потребителя, а также уничтожающих пространственные барьеры доступа к информации. В России количество Интернет-пользователей ежегодно растет и составляет 124 миллионов человек, а уровень проникновения Интернета в 2021 году составил 85 % [2].

Цифровая трансформация вызывает социально-экономические изменения в обществе, приводя к формированию цифрового типа потребления. Указанная тенденция приводит к следующим изменениям:

1. Формируется современная цифровая экосистема за счет трансформации традиционных услуг, появлению качественно новых цифровых продуктов и мобильных приложений в сервисной сфере [1]. По данным App Annie, в 2019 г. россияне потратили на мобильные приложения и встроенные в них сервисы \$1,06 млрд, что на 40 % больше, чем в 2018 году. Российские пользователи в 2019 г. скачали мобильные приложения более 5,1 млрд раз. В среднем россияне проводят в мобильных приложениях около 2,5 часов, что на 10 % больше, чем в 2017 году [4]. Рост популярности мобильных приложений сказался и на бизнес-среде, для которой использование такого ПО — путь к дальнейшей цифровизации. Мобильные приложения — это самый эффективный канал доступа к клиентам. Через мобильные приложения реализуются новые цифровые продукты и услуги: онлайн вебинары и онлайн курсы, порталы получения государственных и муниципальных услуг, сервисы онлайн кредитования и страхования.

Цифровизация улучшает в традиционных услугах такие потребительские свойства как функциональность, доступность, безопасность и открытость.

2. Происходит формирование интегрированных сетей создания ценности, объединяющих поставщиков, посредников и даже конкурентов для формирования единого ценностного предложения от имени конкретной организации. Например, электронные платформы бронирования гостиниц и поиска жилья. Самые популярные российские платформы — Tvill.ru, trivago.ru.

Данные электронные сервисы с помощью информационно-коммуникационных технологий собирают воедино все детали по услугам аренды недвижимости, начиная от отелей с развернутым описанием всех включенных услуг и заканчивая поиском жилья на длительное пользование.

3. Увеличивается степень вовлеченности потребителей в процессы создания ценности цифровых услуг. Новые сервисы создаются с учетом потребностей и предпочтений клиента, а сбор информации в цифровой среде не составляет труда за счет использования технологий BigData. Возникает, так называемый, сетевой эффект, где ценность продукта растет с увеличением количества участников, которые удовлетворены той или иной услугой. Например, Банк РНКБ, Сбербанк, Тинькофф и др. предоставляют широкий спектр услуг, выходящих за рамки традиционных услуг банков: онлайн-консультации по юридическим вопросам, чат-боты, регистрация и подтверждение на порталах государственных услуг, регистрация и консультация бизнеса, онлайн-открытие счетов, страхование и многое другое.

4. Увеличение доли электронной коммерции. Рынок e-commerce в России — один из динамично развивающихся секторов и является главным двигателем торговли. По данным различных исследований [8] за период с 2011 по 2019 год объем рынка электронной торговли увеличивался в среднем на 28%, а объем продаж вырос с 235 млрд до 1,72 трлн рублей. Такой рост вызван стремительным увеличением интернет-пользователей и изменением потребностей населения. За 2020 год покупатели совершили более 2,8 млрд онлайн-заказов, в среднем 7,7 млн заказов в сутки. По данным Росстата в 2020 году доля онлайн-коммерции удвоилась [3].

Активное цифровое потребление и цифровое производство формируют новую тенденцию — сервисизацию или ориентацию на услуги [7]. Различают несколько уровней сервисизации:

– продажа товаров происходит с сопровождением дополнительных услуг. Например, магазины Mvideo, DNS-Shop предоставляют услуги онлайн-консультирования, «бронирования» товаров, а также гарантийного обслуживания, доставки, установки, демонтажа и настройки [6];

– предоставление услуг, адаптированных под индивидуальные потребности клиентов. Услуги онлайн-образования позволяют составить индивидуальную траекторию обучения, что нельзя сделать в условиях традиционного образования;

– предоставление услуг, полностью адаптированных под запросы клиента. Современные отечественные гибридные платформы подбора туристических путевок, например, TUI, туту.ру, Coral Travel предоставляют множество опций, начиная от уведомлений клиента о предстоящих событиях (вылет, погода, новости), заканчивая страхованием жизни, бронированием отелей на указанный период и выбором рациона питания.

Совмещение тенденций цифровой трансформации и сервисизации приводит к формированию сложных ценностных предложений, где объединяются материальные и нематериальные элементы, каналы взаимодействия и информации в разных пропорциях.

В условиях цифровой трансформации экономики наблюдается развитие экономики совместного потребления (шеринг-экономика). Использование современных цифровых технологий позволяет создавать непрерывные связи

потребителей между собой и с производителями, что способствует активному взаимодействию субъектов [5]. В 2020 году объем транзакций цифровых платформ экономики совместного потребления составил 1,07 трлн рублей, что на 39 % выше показателя 2019 года. В России активно развивается рынок каршеринга. Наиболее популярные сервисы: Яндекс Драйв, BelkaCar, Делимобиль. За счет развития шеринга транспортных средств (автомобиль, скутер, электросамокат) растет и индекс качества городской среды. В РФ количество поездок в каршеринге с 2017 года увеличилось почти в 6 раз, а выручка в 4 раза (рисунок 1).

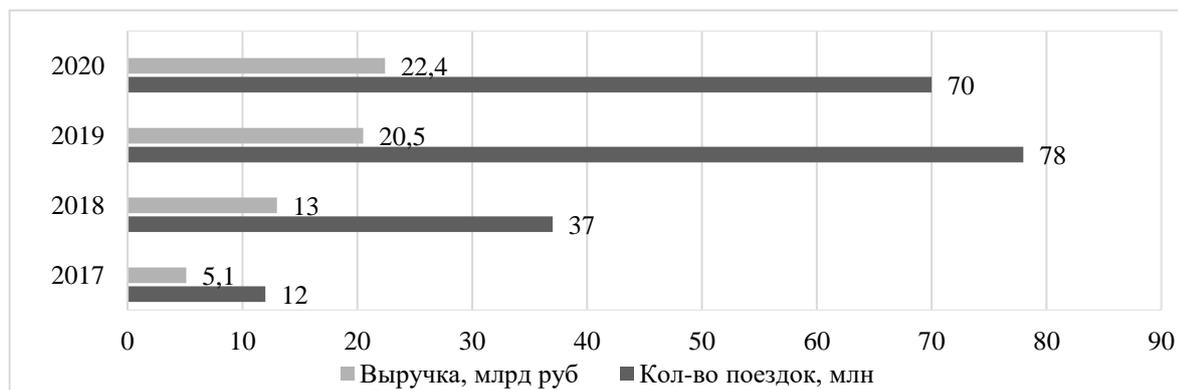


Рисунок 1 – Динамика развития рынка каршеринга в 2017-2020 гг.
Источник: составлено авторами по [9].

Пандемия стимулировала развитие рынка P2P услуг. Через платформы Avito, Юла, PROFI.RU, HeadHunter предоставляется возможность взаимодействия участников сети без посредников и поиск наиболее подходящей работы или подработки. Объем рынка P2P подработок в России за 2020 год вырос на 31 % [9].

Еще одним динамично развивающимся направлением являются C2C-продажи — электронные сделки между физическими лицами. Данный инструмент экономики совместного потребления является самым развитым на сегодняшний день и имеет большие перспективы. Рынок C2C-продаж в РФ за 2020 год вырос на 48 % по сравнению с 2019 годом. А количество сделок увеличилось более чем в 3 раза. Так, в 2017 году было осуществлено 90 млн сделок в данной отрасли, а в 2020 году — 281 млн сделок (рисунок 2).

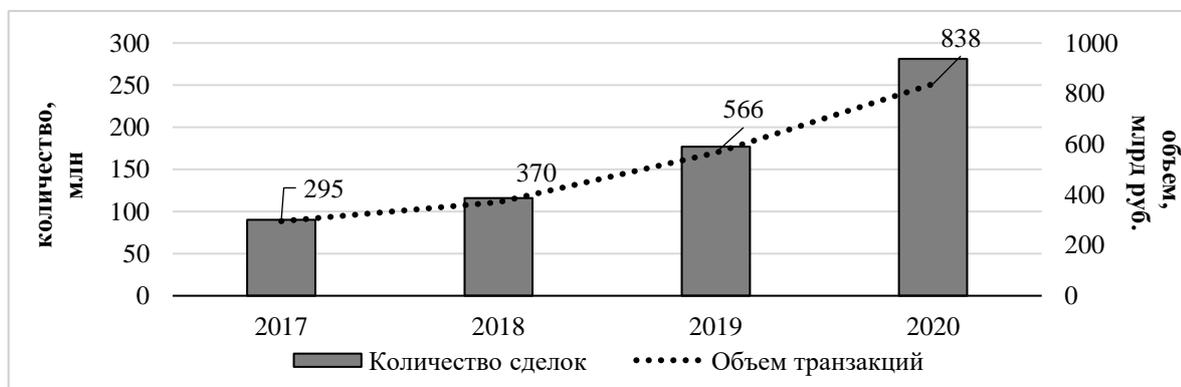


Рисунок 2 – Динамика развития рынка C2C-продаж
Источник: составлено авторами по материалам [9].

Выводы. Отмеченные изменения в сфере услуг свидетельствуют о трансформации ценностных предложений, которых сложно достичь за рамками процесса цифровой трансформации. Современные технологии помогают предприятиям сферы услуг увеличивать объемы предоставляемых услуг, эффективно контролировать качество, ускорять и автоматизировать бизнес-процессы, модернизировать способы делового взаимодействия, сокращать транзакционные и производственные издержки. Цифровая трансформация оказывает влияние и на потребителей: возрастает количество персонализированных услуг, условия предоставления услуг становятся более прозрачными, появляется возможность моментально и повсеместно получать услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Горбашко Е. А. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики / Е. А. Горбашко, Н. Ш. Ватолкина // Техно-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 3 (49). – С. 45–50. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-sfery-uslug-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-ekonomiki> (дата обращения: 11.08.2021).
2. Интернет 2020 в России и мире: статистика и тренды. – URL: <https://vc.ru/future/109699-internet-2020-v-rossii-i-mire-statistika-i-trendy> (дата обращения: 29.03.2021).
3. Интернет-торговля: рынок России. – URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 20.07.2021).
4. Обзор: Мобильность в бизнесе 2020. – URL: https://www.cnews.ru/reviews/mobilnost_v_biznese_2020/articles/rossijskij_rynok_mobilnoj_razrabotki. (дата обращения: 29.03.2021).
5. Пономарев А. И. Социализация потребностей и потребления в шеринг-экономике / А. И. Пономарев, А. М. Пономарева // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2019. – № 3. – С. 153–158. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-potrebnostey-i-potrebleniya-v-shering-ekonomike> (дата обращения: 11.07.2021).
6. Попов Н. А. Оптимизация производственных процессов в условиях цифровизации / Н. А. Попов // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2019. – № 1. – С. 28–35. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-proizvodstvennyh-protsessov-v-usloviyah-tsifrovizatsii/viewer> (дата обращения: 14.03.2021).
7. Руденко М. Н. Тенденции цифровизации и сервисизации экономики // М. Н. Руденко, Ю. И. Грибанов // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2019. – № 2 (40). – С. 5–8 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-tsifrovizatsii-i-servisizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 11.07.2021).
8. Что и как покупают в интернете жители России: аналитика и статистика за 2020 год. – URL: <https://cms-rating.ru/cto-i-kak-rokerayut-v-internete> (дата обращения: 20.07.2021).
9. Экономика совместного потребления в России 2020. – URL: <http://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-2020.pdf> (дата обращения: 20.04.2021).

© Ю. Н. Гамбеева, М. З. Маткасимов

**РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ Г. СЕВАСТОПОЛЯ
«РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА СЕВАСТОПОЛЯ»
НА ПРИМЕРЕ ДЕПАРТАМЕНТА АРХИТЕКТУРЫ
И ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА Г. СЕВАСТОПОЛЯ**

**IMPLEMENTATION OF THE STATE PROGRAM OF SEVASTOPOL
«DEVELOPMENT OF THE INFORMATION SOCIETY OF SEVASTOPOL»
WITH THE EXAMPLE OF THE DEPARTMENT OF ARCHITECTURE AND
URBAN DEVELOPMENT OF SEVASTOPOL**

**Гамбеева Ю. Н.,
Чернобровкина Е. Д.**, обучающаяся группы У-202
Филиал МГУ имени М.В. Ломоносова в городе
Севастополе, г. Севастополь

**Y. N. Gambееva,
E. D. Chernobrovkina**, student, gr. U-202
Branch of the Moscow state University named after
M.V. Lomonosov in Sevastopol

Аннотация

В статье рассматривается реализация основных запланированных мероприятий государственной программы города Севастополя «Развитие информационного общества Севастополя» на сегодняшний день на примере Департамента архитектуры и градостроительства города Севастополя.

Annotation

The article discusses the implementation of the main planned activities of the state program of Sevastopol “Development of information society of Sevastopol” to date, using the example of the Department of Architecture and Urban Planning of the city of Sevastopol.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровой регион, исполнительные органы государственной власти, Департамент архитектуры и градостроительства города Севастополь.

Keywords: digital transformation, digital region, executive bodies of state power, Department of Architecture and Urban Planning of Sevastopol.

Введение. На сегодняшний день цифровая экономика является одной из основных тенденций развития передовых стран мира, поскольку высокая степень присутствия государства в цифровом мире позволяет достигнуть экономии времени и денежных средств, удобства предоставления услуг, а также стимулирования экономического роста [4] и повышения качества жизни граждан [1]. Более того, использование информационных систем позволяет обеспечить непрерывное функционирование административного механизма, реализующего государственную политику [5]. В связи с этим было создано Распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [4], цель которой находит своё

отражение в Постановлении Правительства Севастополя от 16 сентября 2016 г. N 865-пп об утверждении государственной программы города Севастополя «Развитие информационного общества Севастополя». Таким образом, для конкретизации и дополнения основной федеральной программы с учетом особенностей отдельного региона были созданы локальные НПА в каждом субъекте РФ.

Изучению явления цифровой трансформации государственного управления посвящено немало работ. Так, было раскрыто понятие цифровизации в сфере государственного управления [3]; проанализирован зарубежный опыт [5]; описан процесс перехода к цифровизации с выделением преимуществ [7; 9]; рассмотрен прогресс внедрения электронного правительства за период 2008-2017 гг. [8] и выделены возможные барьеры дальнейшего развития [2]. Однако практически отсутствуют работы, отображающие результаты нынешнего этапа цифровизации.

Цель исследования. Исследование проводилось с целью определения степени внедрения цифровых технологий в органы государственной власти на примере Департамента архитектуры и градостроительства города Севастополя.

Результаты исследования. Согласно программы г. Севастополя «Развитие информационного общества Севастополя» в подпрограмме 1 «Информационный регион», участником которой является Департамент архитектуры и градостроительства г. Севастополя, к 2025 году должны быть проведены следующие запланированные мероприятия, относящиеся к цифровой трансформации Департамента архитектуры и градостроительства г. Севастополя:

1. «Развитие и обеспечение безопасного бесперебойного функционирования информационно-коммуникационной инфраструктуры исполнительных органов государственной власти, интеграционной среды взаимодействия органов государственной (муниципальной) власти, государственных (муниципальных) организаций, граждан и бизнеса»;

2. «Развитие и техническое сопровождение электронного правительства»;

3. «Разработка, внедрение, развитие и техническое сопровождение информационных систем органов исполнительной власти города Севастополя и местного самоуправления, организаций и учреждений государственной собственности города Севастополя в целях автоматизации предоставления государственных услуг, исполнения государственных функций, оптимизации внутренней деятельности и внешнего взаимодействия между собой» [6].

Первое мероприятие включает в себя программное, техническое и информационное обеспечение исполнительных органов государственной власти. Департамент архитектуры и градостроительства г. Севастополя на сегодняшний день оснащен ПК с операционной системой на весь штат; сетью интернет; электронной почтой; основными пакетами программ для работы на ПК, к которым относят пакет Microsoft Office, информационной системой обеспечения градостроительной деятельности (ИСОГД) и системой электронного документооборота (СЭД), последний этап внедрения которой прошел в 2017 г. Помимо этого, с 2019 г. модернизирована система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), в результате чего граждане не обязаны теперь собирать справки с разных ведомств, а государственные служащие получили быстрый доступ к электронной базе данных. Также структурное подразделение Департамента Управление разрешительной документации и

адресации в процессе своей деятельности вносит изменения данных в общедоступную федеральную информационную адресную систему (ФИАС), содержащую пространственные данные. Её можно назвать геоинформационной системой, но при этом единая региональная геоинформационная система на данный момент находится в разработке. Все перечисленные технические, информационные и программные условия Департамента на сегодняшний день создают бесперебойное функционирование информационно-коммуникационной инфраструктуры Департамента. Более того, с конца весны этого года планируется сделать Севастополь экспериментальной площадкой для установки новой скоростной и устойчивой сети 5G, что позволит значительно улучшить связь и ускорить работу государственных органов, а также окончательно решить проблему информационного неравенства [2].

Одним из направлений второго основного мероприятия является совершенствование региональной системы межведомственного электронного взаимодействия (РСМЭВ). Как было сказано ранее РСМЭВ была модернизирована в 2019 г., в результате чего система перешла на более совершенную версию 3.0, и теперь электронный обмен данными стал возможен с ведомствами внутри региона. Особенностью РСМЭВ является возможность функционирования при слабой связи или даже ее временном отсутствии. Также в усовершенствованной системе реализован модуль, обеспечивающий обмен данными с информационной системой о государственных и муниципальных платежах (ГИС ГМП), который позволяет уточнять и аннулировать начисления, в следствие чего оплата гражданами госпошлин проверяется автоматически. Однако на данный момент еще не осуществлена автоматизация процессов ведения библиотеки аппаратно-технического и программного обеспечения Департамента и учета их состояния, поэтому это остается перспективой дальнейшего цифрового развития исполнительного органа государственной власти (ИОГВ).

В рамках реализации третьего основного мероприятия программы г. Севастополя установлено направление по развитию и техническому сопровождению информационно-аналитического комплекса поддержки принятия решений в сфере градостроительства [6]. Несмотря на то, что на сегодняшний день в Департаменте не внедрена технология заверения электронной цифровой подписью размещаемых в информационно-аналитическом комплексе градостроительной документации и её публикации на официальном портале Правительства Севастополя, это остается целями цифровой трансформации Департамента на ближайшие 4 года

Выводы. Из перечисленных достигнутых результатов цифровизации Департамента архитектуры и градостроительства города Севастополя можно сделать вывод о том, что за последние 5 лет большинство запланированных мероприятий в государственной программе «Развитие информационного общества Севастополя» было проведено. Подпрограмма «Цифровой регион» активно реализуется и степень цифровой трансформации исполнительных органов государственной власти с каждым годом растет, однако при этом существуют перспективы дальнейшего развития региона для достижения еще больших результатов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бехер В. В. Проблемы реализации цифровой экономики в Российской Федерации / В. В. Бехер, А. А. Майорова // Право и общество в условиях глобализации: перспективы развития : Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции «Значение российского и международного права в процессе повышения гражданской активности в Российской Федерации: вопросы теории и практики», Саратов, 12 декабря 2017 года / Под ред. В. В. Бехер, Н. Н. Лайченковой. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», 2018. – С. 13–15. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32792519> (дата обращения: 08.10.2021).

2. Гарас Л. Н. Электронное правительство: региональный контекст // Общество: политика, экономика, право. – 2017. – №7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pravitelstvo-regionalnyu-kontekst> (дата обращения: 08.10.2021).

3. Герасимова Т. А. Содержание понятий «цифровая экономика» и «цифровизация в сфере государственного управления» / Т. А. Герасимова, Н. В. Москвитина // Социальная реальность виртуального пространства : материалы I Международной научно-практической конференции, Иркутск, 20–23 сентября 2019 г. / Иркутский государственный университет ; Под общ. ред. О. А. Полюшкевич, Г. В. Дружинина. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2019. – С. 310–315. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32792519> (дата обращения: 08.10.2021).

4. Корчагин С. А. Цифровая экономика и трансформация механизмов государственного управления / С. А. Корчагин, Б. П. Польшиков // Риски и перспективы для России. – URL: http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2018_01/3.pdf (дата обращения: 08.10.2021).

5. Косоруков А. А. Модель цифрового управления на современном этапе развития государственного управления / А. А. Косоруков, М. Н. Кшеменецкая // Социодинамика. – 2019. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-tsifrovogo-upravleniya-na-sovremennom-etape-razvitiya-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения: 08.10.2021).

6. Постановление Правительства Севастополя от 16 сентября 2016 года N 865-ПП Об утверждении государственной программы города Севастополя «Развитие информационного общества Севастополя». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/444740730> (дата обращения: 08.10.2021).

7. Смотрицкая И. И. Государственное управление в условиях развития цифровой экономики: стратегические вызовы и риски // ЭТАП. – 2018. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-upravlenie-v-usloviyah-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki-strategicheskie-vyzovy-i-riski> (дата обращения: 08.10.2021).

8. Смотрицкая И. И. Современные тенденции цифровой трансформации государственного управления / Смотрицкая И. И., Черных С. И. // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2018. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-tsifrovoy-transformatsii-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения: 08.10.2021).

9. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: доклад НИУ ВШЭ / Абдрахманова Г. И., Вишневский К. О., Гохберг Л. М. – Москва, 9–12 апр. 2019 г. – С. 29–33. – URL: <https://publications.hse.ru/books/263131227> (дата обращения: 08.10.2021).

© Ю. Н. Гамбеева, Е. Д. Чернобровкина

**МАРКЕТИНГ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ: ОБЗОР ТЕНДЕНЦИЙ**

**MARKETING IN THE ERA OF DIGITALIZATION
OF THE ECONOMY: AN OVERVIEW OF TRENDS**

Грицунова С. В., к. э. н., доцент
Лобода Н. А., студент
Пантелеева А. С., студент
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону

S. V. Gritsunova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
N. A. Loboda, student
A. A. Panteleeva, student
Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

Аннотация

В статье рассматривается влияние цифровизации экономики и внедрения цифровых технологий на маркетинг. Был произведен анализ современных тенденций и изменений в цифровом маркетинге. Описаны способы усовершенствования маркетинговой стратегии в условиях цифровизации.

Annotation

The article discusses the impact of digitalization of the economy and the introduction of digital technologies on marketing. An analysis of current trends and changes in digital marketing was carried out. There are described ways to improve the marketing strategy in conditions of digitalization.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, Интернет, тенденции, цифровые технологии, маркетинговая стратегия.

Keywords: digital marketing, Internet, trends, digital technologies, marketing strategy.

Введение. Изменения, последовавшие за цифровизацией экономики, значительно повлияли на сферу маркетинга. Преобразовались стратегии и технологии реализации маркетинговых коммуникаций.

Внедрение цифровых технологий в маркетинг, внесло свои изменения в некоторые его области, а также повысило его релевантность. Под цифровыми технологиями в данном случае следует понимать технологии, связанные с созданием, сбором, обработкой, хранением и передачей информации на основе цифровых систем [4].

Цель исследования. Исследовать наиболее важные изменения и тенденции присущие маркетингу в условиях цифровой экономики, ключевые технологии цифровой экономики, оказывающие влияние на сферу маркетинга, а также

сформировать способы для улучшения маркетинговой стратегии организации в эпоху цифровизации экономики.

Результаты исследования. Цифровые технологии оказали колоссальное влияние на три области маркетинга, они отражены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Области маркетинга, преобразованные цифровыми технологиями

Источник: составлено авторами по материалам [1].

Можно отметить следующие наиболее важные изменения и тенденции, присущие маркетингу в связи с цифровизацией экономики:

1. Повысилась скорость распространения рекламы. На сегодняшний день любой пользователь сети имеет мгновенный доступ к любым маркетинговым материалам, которые публикуются в Интернете. В связи с этим, при негативной реакции на какие-либо элементы рекламы, в условиях цифровой экономики возможности фирмы по исправлению ситуации оказываются ограниченными. Т. к. полная ликвидация рекламных материалов стала невозможной, цена ошибки в современных маркетинговых коммуникациях стала достаточно высокой.

2. Появилась необходимость максимальной толерантности в рекламных материалах. В последнее время стала явной тенденция борьбы с культурными апроприациями. В эпоху цифровизации экономики крайне важным стал учёт интересов и ценностных установок не только целевой группы потребителей, но и многочисленных общественных групп, социальных течений.

3. Из-за огромного потока рекламных материалов и информации в современном мире, производители вынуждены привлекать внимание к своему товару с помощью использования провокаций. Данный пункт взаимосвязан с предыдущим, т. к. для описанных выше целей, в маркетинге используются различные табуированные темы. Реклама такого рода привлекает внимание потребителя из-за неоднозначной общественной реакции [3].

Цифровой маркетинг — это любая форма рекламы или способ продвижения в Интернете. Выделяют несколько важных причин, по которым цифровой маркетинг находится в фокусе внимания современных компаний (рисунок 2).

Основными ключевыми технологиями цифровой экономики, оказывающими влияние на сферу маркетинга, являются:

1. «Промышленный интернет вещей». Концепция представляет собой сеть физических предметов, оснащенных встроенными цифровыми датчиками и сенсорами, которые позволяют предметам взаимодействовать друг с другом или с внешней средой [5]. Внедрение таких сетей в общественные и экономические процессы позволит минимизировать использование трудовых ресурсов и исключить необходимость участия человека в ряде операций.

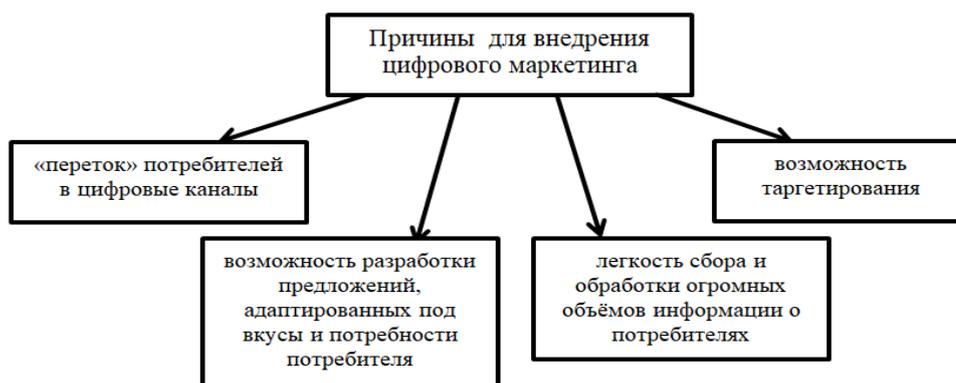


Рисунок 2 – Причины для внедрения цифрового маркетинга
 Источник: составлено авторами по материалам [2].

2. Big Data (Большие данные). С помощью данной технологии возможно проведение операций с огромными объёмами данных. Это позволит создать более качественную систему управления экономикой.

3. Искусственный интеллект (ИИ). Внедрение ИИ в маркетинг на данный момент связано с развитием системы совместной обработки графической и текстовой информации. В первую очередь данные технологии коснулись автоматизации рутинных задач. Использование ИИ в цифровом маркетинге позволяет повысить качество обслуживания клиентов, например, в виде чат-ботов или персонализированных клиентских предложений. Внедрение методов ИИ поможет повысить эффективность деятельности организаций, исключая риски, связанные с человеческим фактором.

4. «Облачные технологии» или «облачные вычисления». Внедрение данной технологии позволило сократить задержки между пользователями и удаленными центрами обработки данных. Её использование также уменьшило затраты на хранение данных. Из-за уменьшения потребности в ИТ-специалистах, облако преобразует бизнес-модели, что предоставляет возможности для масштабирования организаций.

В условиях цифровизации экономики необходимо усовершенствование маркетинговой стратегии с использованием методов цифрового маркетинга. Данные методы в основном направлены на выстраивание выгодных отношений с возможными потребителями и целевой аудиторией. Они должны удовлетворять потребности клиента и учитывать их интересы.

Выводы. Можно привести несколько способов для улучшения маркетинговой стратегии организации в эпоху цифровизации экономики:

1. Необходимо создать правильную репутацию в Интернете. Увеличение прозрачности деятельности организации и более открытое её ведение может расположить к себе целевую аудиторию и повысить доверие к бренду. Это крайне важно в современных условиях, где сеть наполнена отзывами о бизнесе и обзорами товаров.

2. В 2021 году наступила новая эра маркетинга, так называемая «эпоха гиперконтактного покупателя». Потребители нуждаются в персонализированном подходе. Направляя маркетинговые стратегии на удовлетворение запросов целевой аудитории, появляется возможность получить её лояльность на более долгий срок.

3. Пользовательский контент, или User Generated Content (UGC). Данный способ во многом связан с предыдущим. Его использование позволяет повысить популярность бренда своей компании. Его реализация состоит в том, чтобы предоставить клиентам возможность создавать собственный уникальный контент. Потребитель может делиться им со своей аудиторией, создавая подобие «сарафанного радио». Например, UGC, созданный потребителями, может быть представлен в форме видеобзора товара, фирменным хэштегом в Instagram или поста в блоге.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андриянова М. В. Проблемы формирования эффективных маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации экономики / М. В. Андриянова // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 11. – С. 103–107.

2. Архипова Н. Современные тенденции развития цифрового маркетинга / Н. Архипова, М. Гуриева // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2018. – № 1 (11). – С. 9–21. – DOI 10.28995/2073-6304-2018-1-9-21.

3. Береговская Т. А. Трансформация маркетинговых инструментов в условиях цифровой экономики / Т. А. Береговская, А. В. Захаренко // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2019. – № 4. – С. 3–10. – DOI 10.18101/2304-4446-2019-4-3-10.

4. Бойко И. П. Экономика предприятия в цифровую эпоху / И. П. Бойко, М. А. Евневич, А. В. Кольшкин // Российское предпринимательство. – 2017. – № 7. – С. 1127–1136.

5. Сугак А. Р. Роль цифровых технологий в маркетинге / А. Р. Сугак, Д. С. Парпачева, А. В. Мартяшкин // Экономика России: проблемы, закономерности и перспективы : сборник научных трудов Института инновационных технологий и государственного управления ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет». – Москва : ООО «Издательство «Спутник+», 2020. – С. 242–248.

© С. В. Грицунова, Н. А. Лобода, А. С. Пантелеева

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕСА

FEATURES OF BUSINESS ADMINISTRATION IN CONDITIONS OF BUSINESS DIGITALIZATION

Джуха В. М., д. э. н., профессор
Грицунова С. В., к. э. н., доцент
Заикина И. В., магистр
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону

V.M. Dzhukha,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. V. Gritsunova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
I. V. Zaikina, master's degree
Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

Аннотация

В статье рассматриваются ключевые особенности бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса. Исследованы объекты бизнес-администрирования в условиях цифровизации, проведен анализ особенностей бизнес-администрирования в условиях цифровизации. Уделено внимание рассмотрению основных проблем бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса, а также исследование некоторые технологии, которые успешно встраиваются в процесс бизнес-администрирования.

Annotation

The article discusses the key features of business administration in the context of business digitalization. The objects of business administration in conditions of digitalization were investigated, the peculiarities of business administration in conditions of digitalization were analyzed. Attention is paid to considering the main problems of business administration in the context of business digitalization, as well as research, some technologies that are successfully embedded in the business administration process.

Ключевые слова: цифровизация, менеджмент, бизнес-администрирование, ИТ-компетенции, интернет вещей, искусственный интеллект, большие даты

Keywords: digitalization, management, business administration, IT competencies, internet of things, artificial intelligence, big dates

Введение. Освоение человечеством технологий цифрового мира влекут за собой серьезные изменения в привычные уклады в обществе, экономике, в деятельности предприятий. Бизнес сталкивается с цифровой экономикой, получая задачи, связанные с поиском областей и способов применения инноваций в различных сферах бизнес-администрирования предприятия. Основная цель состоит в более эффективном решении задач, стоящих перед бизнесом.

Цель исследования. Провести анализ особенностей бизнес-администрирования в условиях цифровизации. Исследовать основные проблемы бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса.

Результаты исследования. Объектами бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса выступают активы организации, персонал, культура, стратегии в различных сферах деятельность компании, отдельные операционные процессы и инструменты, конкретные инновации, продукты, партнерства в экосистемах и т. п. [7; 3].

Бизнес-администрирование в условиях цифровизации бизнеса требует осуществления управления не только отдельными проектами, инновациями, а осуществление масштабной программы цифровизации компании. Среди основных особенностей управления предприятием в условиях цифровизации выделяют – рисунок 1.



Рисунок 1 – Особенности бизнес-администрирования в условиях цифровизации

Источник: составлено авторами по материалам [6].

Среди основных проблем бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса выделяются следующее:

- крайне низкий уровень процессного управления в организациях, как следствие недостаточная зрелость бизнес-процессов;
- не достаточное наличие ИТ-компетенций от специалистов до топ-менеджмента;
- как показывают проведенные исследования от 33 % до 53 % организаций, начинающих цифровую трансформацию не имеют стратегического видения последствий от этого процесса и цифровизация встраивается лишь в отдельные бизнес-процессы [2; 9];
- культурная негативность к осуществлению цифровизации, отсутствие стимулов, мотивов и т. п., регламентированных на предприятиях;
- ИТ-проекты требуют серьезного финансирования, при этом далеко не всегда можно получить быструю отдачу. Как следствие одной из проблем с которой сталкивается менеджмент является недостаточный объем финансирования ИТ и других «цифровых» проектов [4].

В современных условиях хозяйствования в процессы бизнес-администрирования встраиваются различные технологии цифровой экономики. Одной из таких технологий является «искусственный интеллект». На рисунке 2 продемонстрируем опыт внедрения технологии «искусственного интеллекта» российскими предприятиями.

Очевидно, что применение данной технологии позволяет автоматизировать выполнение отдельных бизнес-процессов организации, высвободить время на решение стратегических задач, на сложных областях работы предприятия.

Компания	Наименование программы	Содержание	Некоторые результаты от внедрения
ПАО «Сбербанк»	Система помощи клиентам	Автоматизирование работы банка с клиентами	Увеличение прибыли, за счёт сокращения рабочих мест, замена 3000 сотрудников на одного работа
ПАО «Мегафон»	Виртуальный помощник «Елена»	Помощь в корректировке графиков работы розничных салонов, а также управление ассортиментом	Рациональный подбор ассортимента в различные районы города, за счёт чего увеличение объема продаж
«Coca-Cola HBS Россия»	Менеджер по подбору персонала – робот Вера	Поиск резюме, обзвон, консультирование кандидатов по обзвон вопросам, первичное видео собеседование	Сокращение времени обзвона кандидатов с 3-4 недель до 2-3 часов, а времени найма работников с 20 дней до 5,5 дней

Рисунок 2 – Опыт внедрения технологии «искусственного интеллекта» российским предприятиями

Источник: составлено авторами по материалам [5].

Технология «интернета вещей» в бизнесе и её встраивание в процессы бизнес-администрирования на предприятии позволяет добиться частичной, а порой и практически полной автоматизации не только производственных, но и управленческих процессов. Эта технология, например, активно применяется в управлении персоналом: мониторинг производительности труда, реализация оздоровительных программ для сотрудничества и т. п.

Применение беспроводных технологий это один из наиболее важнейших элементов цифровизации, оказывающих очень позитивное влияние на бизнес-процессы, происходящие в бизнесе. У предпринимателей есть возможность не только оперативно передавать информацию, и синхронизировать сеть, в сотни раз оперативнее принимать решения и т. п. [8].

В условиях цифровизации бизнеса в процессе бизнес-администрирования встают вопросы, связанные с необходимостью обработки объемных данных. Здесь выделяются технологии, связанные с обработкой «Big Data», которыми активно пользуются современные менеджеры. Темп роста российского рынка «большие данные» на протяжении последних лет составляет более, чем 50 % в год [1].

Технология «Big Data» в процессе бизнес-администрирования позволяет обеспечить оперативность в мониторинге клиентов, кастомизацию предложения, совершенствовать бизнес-процессы, связанные с взаимодействием с клиентами. Кроме того, технологии «Big Data» могут быть использованы для обработки технологической информации, управления проектами, анализа конкурентоспособности и т. п.

Выводы. Прежде чем организации перейти к осуществлению процесса цифровых преобразований ей необходимо провести предварительную диагностику готовности к встраиванию в бизнес-процессы организации цифровизации. Получить желаемый эффект от цифровизации можно только в случае всестороннего стратегического и тактического планирования.

Менеджмент должен убедиться в достаточности финансовых средств, для того чтобы процессы бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса не столкнулись с серьезной нехваткой финансовых средств и могли быть полностью реализованы. Бизнес-администрирование в условиях цифровизации бизнеса сталкивается с необходимостью наличия соответствующих компетенций не только у менеджмента компании, но и у её сотрудников. Это приводит к необходимости целенаправленного процесса управления персоналом, направленного на обеспечение получения соответствующих компетенций сотрудниками компании, а также обеспечения должной мотивации сотрудников к восприятию и пониманию необходимости внедрения цифровизации в практику деятельности организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Acquia, Examples of Big Data Projects. – URL: <http://www.acquia.com/examples-big-data-projects> (дата обращения: 30.09.2021).
2. State of digital business transformation // IDG Communications, 2018. – URL: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/1624046/Digital%20Business%20Executive%20Summary_FINAL.pdf (дата обращения: 29.09.2021).
3. Джуха В. М. Анализ основных тенденций в трансформации предпринимательского сектора в условиях цифровизации / В. М. Джуха, С. В. Грицунова, Ю. А. Седых, Т. Н. Михненко // Материалы Международного научного конгресса «Современная наука, человек и цивилизация» (24-25 октября 2020 года).
4. Долганова О. И. Готовность компании к цифровым преобразованиям: проблемы и диагностика / О. И. Долганова, Е. А. Деева // Бизнес-информатика. – 2019. – Т. 13, № 2. – С. 59–72.
5. Ильин А. С. Роль искусственного интеллекта в менеджменте / А. С. Ильин, Г. М. Панченко, М. В. Ковалёва // Academy. – 2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-iskusstvennogo-intellekta-v-menedzhmente> (дата обращения: 30.09.2021).
6. Косарева И. Н. Особенности управления предприятием в условиях цифровизации / И. Н. Косарева, В. П. Самарина // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 3, Т. 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-predpriatiem-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 29.09.2021).
7. Кузин Д. В. Проблемы цифровой зрелости в современном бизнесе / Д. В. Кузин // Мир новой экономики. – 2019. – № 3. – С. 89–99.
8. Курбанова З. К. Особенности управления проектами в условиях цифровизации экономики России / З. К. Курбанова // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2019. – № 3 (41). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-proektami-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki-rossii> (дата обращения: 29.09.2021).
9. Цифровая трансформации в России 2018. Аналитический отчет / В. Рыжков, Е. Чернов, О. Нефедова, В. Тарасова. – ООО «Команда-А Менеджмент», 2018. – 32 с. – URL: http://www.interface.ru/iarticle/files/39873_50679725.pdf (дата обращения: 29.09.2021).

© В. М. Джуха, С. В. Грицунова, И. В. Заикина

**АНАЛИЗ УЛУЧШЕНИЯ РЫНКА СКЛАДИРОВАНИЯ
В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ANALYSIS OF THE IMPROVEMENT
OF THE WAREHOUSING MARKET IN THE LOGISTICS
SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Ермаков И. А., к. э. н., доцент
Рожковская А. Н., обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1
Тюмина А. О., обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1
ФГБОУ ВО «Государственный университет
управления», Институт отраслевого менеджмента,
г. Москва

I. A. Ermakov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
A. N. Rozhkovskaya, student gr. LiUCP 3-1
A. O. Tyumina, student gr. LiUCP 3-1
State University of Management, Institute of Industry
Management, Moscow

Аннотация

В статье представлен анализ улучшения складской системы Российской Федерации по многим важным параметрам, основные вопросы и перспективы формирования автоматизации на распределительных центрах. Тема актуальна, важна и современна своей проблематикой в логистической сфере.

Annotation

The article presents an analysis of the improvement of the warehouse system of the Russian Federation in many important parameters, the main issues and prospects for the formation of automation at distribution centers. The topic is relevant, important and modern in its problems in the logistics sphere.

Ключевые слова: автоматизация складских помещений, распределительные центры, складирование, логистическая сфера складские процессы.

Keywords: automation of warehouses, distribution centers, warehousing, logistics, warehouse processes.

Введение. Одним из важнейших вопросов современной логистической деятельности остается вопрос складирования. На сегодняшний день роль складирования в системе остается неоднозначной. Обуславливается это тенденцией уменьшения запасов на складах в пользу аутсорсинга или кросс-докинга. Однако полностью перейти на данные системы нельзя, так как в ряде случаев складирование помогает снизить издержки во время транспортировки, улучшить качество сервиса и обновить материальные потоки в цепи поставок.

Цель исследования. Проанализировать технологию автоматизации складских помещений и распределительных центров Российской Федерации.

Результаты исследования. В данное время главным направлением развития складской логистики является внедрение и использование информационных технологий, что позволяет проявлять гибкость и растущие требования потребителей складских услуг с одной стороны, а с другой складским операторам быстрее реагировать и подстраиваться под изменения этой среды. По этой причине все больше зарубежных компаний переходит на частичную или полную автоматизацию складских операций. Решение зарубежных операторов в пользу автоматизации вызвано четким пониманием эффективности и результативности данной процедуры. Прежде всего данный процесс существенно сократит время интеграции в быстро развивающуюся сферу логистики.

Однако на территории Российской Федерации доля автоматизированных складов в отличие от наших зарубежных коллег остается существенно низкой. По состоянию на 2021 год в Ленинградской области и Санкт-Петербурге доля автоматизированных складов составляет – 5 %, а в московском регионе – 7 %.

Прежде всего это связано с дорогостоящим оборудованием, которое по оценкам специалистов в области складского оборудования сопоставимо со строительством нового склада.

Автоматизация складских комплексов или распределительных центров решает ряд следующих вопросов:

Помогает узнать количество каждой позиции в ячейках и не только, посчитать остатки запасов, запланировать будущую поставку. При резком увеличении номенклатуры и объеме поставок автоматизация поможет существенно сократить ряд ненужных операций.

Благодаря терминалам и программному обеспечению можно сократить количество бумажной документации, минимизировать ошибки персонала, давать задачи удаленно, после чего контролировать точность и своевременность их выполнения.

Автоматизированные системы хранения ASRS могут сохранить до 85 % существующей площади пола по сравнению со стандартными стеллажами. В сочетании с системами Pick-to-Light, Pick-by-Voice и интегрированным программным обеспечением для управления запасами, ASRS может помочь складу решать текущие проблемы и справляться с непредсказуемыми всплесками спроса.

Система Pick to Light – это система безбумажного отбора заказов, которая предназначена для повышения эффективности системы управления складом во всех типах складских комплексов и дистрибутивных центров. Это цифровая система отбора, которая исключает использование бумажных документов и позволяет контролировать все передвижения товаров электронным способом. Основные характеристики системы Pick to Light представлены на рисунке 1.

Преимущества системы Pick to Light в сравнении с бумажным методом отбора:

- имеется совместимость с любыми стеллажами, паллетами, контейнерами;
- сокращается количество ошибок при комплектовании;
- снижается усталость персонала к концу рабочего дня;
- наличие средств быстрого поиска необходимого товара.

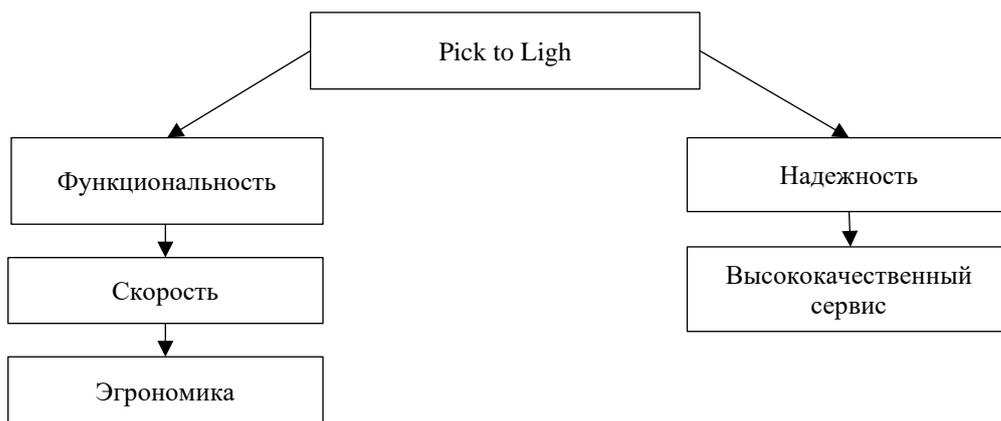


Рисунок 1 – Система Pick to Light

Источник: составлено авторами по материалам [9; 10].

Pick-by-Voice технология является разновидностью голосового взаимодействия, предназначенная для управления складскими процессами (рисунок 2).

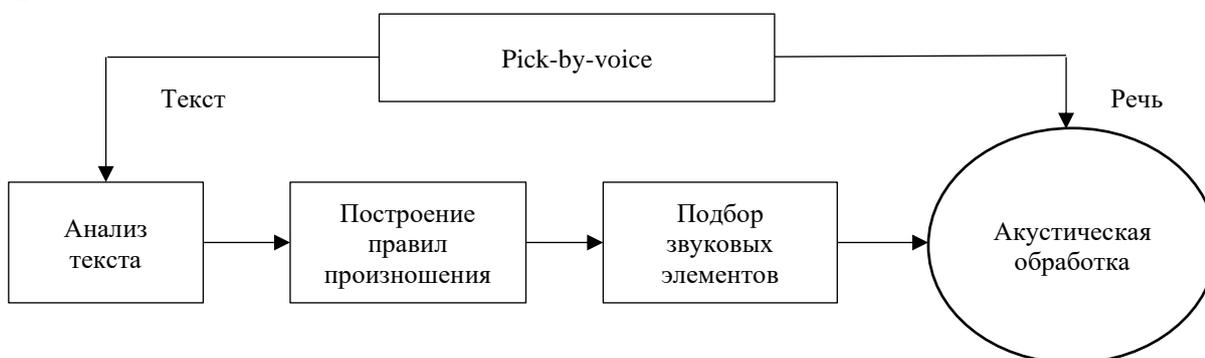


Рисунок 2 – Система Pick-by-Voice

Источник: составлено авторами по материалам [9; 10].

Характеристики системы Pick-by-Voice:

- повышение точности отбора;
- ускорение проведения инвентаризаций;
- увеличение пропускной возможности склада;
- работа операторов становится более спокойной и комфортной;
- снижение времени обучения новых сотрудников;
- одновременная связь с руководством через голосовую гарнитуру.

Выводы. Исходя из имеющихся характеристик рассмотренных систем, можно сделать вывод о существенном упрощении работы складских комплексов и операторов. Преимущества технологий Pick to Light и Pick-by-Voice очевидны, поэтому количество использующих их компаний постоянно увеличивается.

Данные системы могли бы привести к совершенствованию средств и методов управления, регулирования материальных и информационных потоков на складе. Это внедрение можно достигнуть путем использования на предприятии современного программного обеспечения и компьютерного оборудования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гимельштейн Е. А. Логистика склада. Процессы внедрения автоматизации в современные склады / Е. А. Гимельштейн, Д. Ф. Годван, Н. Е. Иконников // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2021. – № 1 (18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logistika-sklada-protsessy-vnedreniya-avtomatizatsii-v-sovremennye-sklady> (дата обращения: 06.10.2021).

2. Ехлаков Ю. П. Проблема автоматизации и оптимизации деятельности распределительного центра предприятия / Ю. П. Ехлаков // Доклады ТУСУР. – 2011. – № 2-3 (24). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-avtomatizatsii-i-optimizatsii-deyatelnosti-raspredelitel'nogo-tsentra-predpriyatiya> (дата обращения: 30.09.2021).

3. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики : учебник / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина, В. А. Волочиенко и др. ; ред. Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. – Москва : Проспект, 2015. – 602 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251687> (дата обращения: 01.10.2021).

4. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Управление цепями поставок : учебник / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина, В. А. Волочиенко и др. ; ред. Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. – Москва : Проспект, 2015. – 214 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251688> (дата обращения: 01.10.2021).

5. Одарченко А. Н., Соколова Е. Б. Преимущества внедрения системы автоматизации склада на базе WMS / А. Н. Одарченко, Е. Б. Соколова // БИ. – 2014. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-vnedreniya-sistemy-avtomatizatsii-sklada-na-baze-wms> (дата обращения: 01.10.2021).

6. Ati.su – «На российские склады придут роботы». – URL: <https://news.ati.su/article/2018/05/11/na-rossiyskie-sklady-pridut-roboty-162251/> (дата обращения: 30.09.2021).

7. Delovoy profil – «Складской рынок России: итоги 2020 и прогнозы развития». – URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/skladskoy-rynok-rossii-itogi-2020-i-prognozy-razvitiya/> (дата обращения: 30.09.2021).

8. Iks media – «Доля автоматизированных складов на рынке в ближайшие годы будет расти». – URL: <https://www.iksmedia.ru/news/5586433-Dolya-avtomatizirovannyh-skladov.html> (дата обращения: 30.09.2021).

9. Prof IT – Personal IT Vocamate Interactive. «Голосовой отбор товаров на складе от российского разработчика». – URL: <https://pickbyvoice.ru/> (дата обращения: 04.10.2021).

10. Scamatic – scanning measurement automation «Системы сортировки и комплектации заказов Put to light и Pick to light». – URL: <https://scamatic.ru/content/sistema-sortirovki-put-light-pick-light> (дата обращения: 02.10.2021).

© И. А. Ермаков, А. Н. Рожковская, А. О. Тюмина

**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ПРИОРИТЕТНЫЙ
ФАКТОР ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО
ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**DIGITAL ECONOMY AS A PRIORITY DIRECTION
FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN INNOVATIVE
ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA**

Кирильчук С. П., д. э. н., профессор
Мурасов С. Д., обучающийся группы Э-а-о-211
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

S. P. Kirilchuk,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. D. Murasov, graduate student, gr. E-a-o-211
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье сформулированы концептуальные положения, раскрывающие стратегию цифровой экономики, как основополагающего фактора внешней среды, ориентированную на рост современного инновационного предпринимательства в России, связывающую все направления его развития, что, в конечном итоге, за счет более гибкого управления производственными процессами ведет к повышению конкурентоспособности производителей новых услуг и товаров. Раскрыта роль иных факторов внешней среды, влияющих на конкурентоспособность производителей услуг и товаров, в частности, сотрудничества в интеграции науки, образования, бизнеса, власти (федерального, республиканского и муниципального) как базиса инновационного роста; концентрации производства; совместных структур – инновационных кластеров, способствующих созданию и применению цифровых технологий.

Annotation

The article formulates conceptual provisions that reveal the strategy of the digital economy as a fundamental factor of the external environment, focused on the growth of modern innovative entrepreneurship in Russia, linking all directions of its development, which, ultimately, due to more flexible management of production processes leads to an increase in the competitiveness of producers of new services and goods. The role of other environmental factors affecting the competitiveness of producers of services and goods, in particular, cooperation in the integration of science, education, business, government (federal, republican and municipal) is revealed as a basis for innovative growth; concentration of production; joint structures – innovation clusters that contribute to the creation and application of digital technologies.

Ключевые слова: конкурентоспособность производителей услуг и товаров, факторы внешней среды, цифровые технологии, совместное сотрудничество, инновационное предпринимательство.

Keywords: competitiveness of producers of services and goods, environmental factors, digital technologies, joint cooperation, innovative entrepreneurship.

Введение. Стоит отметить, что современная рыночная экономика активно переходит в направление цифровизации, и это носит абсолютно естественный характер. Смартфоны, интернет, большое количество средств сбора, накопления, хранения, анализа полученной информации для обмена в цифровой форме носит понятие цифровых технологий. Данные технологии являются основным материалом для принятия важных стратегических решений обеспечения конкурентоспособности субъектами хозяйствования, например, относительно роста инновационной продукции, повышения платежеспособного спроса на товары и услуги, расширения международных экономических связей и привлечения иностранного капитала, повышения эффективности управления и, в конечном итоге, открытия экономики для роста цифрового пространства [1, с. 8].

«В современных условиях экономика включается в процессы глобализации с различными формами международной интеграции и сотрудничества, когда рынки становятся более прозрачными, а, следовательно, из-за границы она сокращается до рынков для малого и среднего бизнеса. Крупные корпорации отказываются от неэффективных ссылок, увеличивая свою прибыльность. В принципе, потенциал взаимоподдерживающей международной интеграции создает новые возможности для роста российских предприятий – в той мере, в какой они включены в новые цифровые технологии» [2, с. 663].

Помимо большого количества положительных моментов, существуют и конкретные риски. Госкорпорации, транснациональные корпорации, ведущие предприятия на уровне отдельной страны получают основные выгоды от развития цифровых технологий в инновационном предпринимательстве. Страны или же крупные компании, контролирующие в данный момент времени создание и разработку новых цифровых технологий, будут контролировать рынки для дальнейшей реализации созданных продуктов. Вследствие данных событий может произойти полное доминирование на основных мировых рынках и полное вытеснение отстающих стран.

Цель исследования. Подтвердить ключевое влияние цифровых технологий, как факторов внешней среды, обеспечивающих рост конкурентоспособности субъектов хозяйствования вследствие инновационного предпринимательства.

Результаты исследования. Создание нового цифрового пространства в инновационном предпринимательстве, как нового фактора глобальной внешней среды, позволяет предоставить доступ к огромному объему данных для всех участников мирового экономического пространства. Созданные и накопленные объемы данных вместе с технологиями являются одними из ведущих активов государства, корпораций и крупного бизнеса.

«В России предлагалось «запустить масштабную системную программу развития экономики нового технологического поколения, в реализации которой необходимо» опираться на российские компании, научные, исследовательские и инженерные центры страны». Как и в экономике по-новому, электронные технологии и услуги становятся ключевыми факторами экономической деятельности, а также представленная в цифровом виде, объемная, многосекторальная информация, обработка и анализ которой позволяет, по

сравнению с традиционными формами управления, значительно повысить эффективность и качество в процессе предпринимательской деятельности и потребления товаров, работ и услуг, а также в процедурах управления» [3, с. 81].

«Все вышеперечисленные свойства цифровых платформ могут помочь решить насущные социальные и глобальные проблемы, упростив коммуникацию между наукой и бизнесом, государством и гражданским обществом, повышая производительность, создавая новые возможности для предпринимательства и работы, получения образования и постоянное повышение и расширение профессиональной квалификации. Цифровая экономика – это основополагающий фактор внешней среды, важный рычаг конкурентного экономического развития, предлагающий инновационные решения глобальных проблем и повышающий эффективность административных решений, способствующий активному участию бизнеса и гражданского общества в формировании экономического благосостояния страны» [4, с. 70].

В качестве фрагмента системного выхода из неопределенности развития экономики можно предложить следующее.

Первое: на основе фундаментальной классической экономической теории необходимо восстановить воспроизводственную цепочку, где производство средств производства должно стать ведущим. Это не означает уменьшения роли других фаз воспроизводства, но первостепенную роль играет производство, или так называемый реальный сектор экономики.

Второе: преобладание монетаристских методов в российской экономике показало свою неэффективность. Это удушение экономики России. А именно, введение монетаризма в экономическую политику привело к резкому падению материального производства, ужасающему падению доходов населения и, соответственно, сокращению внутреннего потребительского спроса и падению конкурентного уровня экономики.

Третье: с учетом огромных запасов природных ресурсов, нам следует внедрить и реализовать на практике стратегию конкурентных преимуществ природных ресурсов. Другими словами, следует провести переход к глубокой переработке нефтегазовых продуктов и других природных ресурсов. Данные изменения позволят снизить внутренние цены и минимизировать издержки для отечественных производителей. Стоит отметить, причины роста отечественного производства будут напрямую влиять на переработку.

Четвертое: наиболее важным является создание технологических цепочек и разносторонних связей для воссоздания и развития «стратегического стиля» экономической политики промышленных предприятий и фирм. Это требует учета процессов и связанных с ними изменений, что означает постепенный или пошаговый процесс перехода организации на новый уровень конкурентоспособности с использованием существующих идей и концепций. Важная роль в этом процессе отводится инновациям, то есть процессу разработки новых идей и концепций и их применения в контексте данной организации. Традиционно стратегическое изменение ранее рассматривалось то как крупномасштабное разовое системное изменение, то как непрерывный эволюционный процесс, в котором одно стратегическое изменение порождает необходимость в других изменениях. Но в случаях нестабильности и выживания экономики, необходимо заранее формировать новый портфель стратегических программ, осуществить постепенные изменения в деятельности производителей услуг и товаров, иметь интегрированную информационную технологию

стратегического выбора, которая обеспечит лидерство и конкурентоспособность производителей услуг и товаров в будущем на мировом рынке. Мы согласны, что разработка интегрированной информационной технологии, отвечающей требованиям «стратегического стиля» в экономической политике предприятий и фирм, требует учета быстрых изменений, происходящих во внешней среде, своевременной и точной корректировки целей, задач и направлений стратегического развития. В этих условиях особенно важно иметь метод и инструмент для формирования портфеля задач, включенных в «дерево целей» стратегического управления [5].

Выводы. Цифровая экономика, как определяющий фактор внешней среды, начинает активно изменять устройство современного бизнеса, предоставляя доступ к огромному объему данных всем участникам мирового экономического процесса. Вследствие этого, цифровизация экономики оказывает существенное влияние на увеличение объемов производства, рост капитализации предприятий, повышение эффективности использования инновационных средств производства и труда, а, следовательно, способствует повышению конкурентоспособности производителей услуг и товаров. Цифровая экономика с ее цифровыми технологиями в настоящее время является определяющим фактором внешней среды в усилении конкуренции и изменениях стилей управления экономическими процессами. Результаты актуальных цифровых процессов проявляются в моментальном обеспечении экономики современными информационными услугами.

Механизм использования цифровой экономики позволяет создать базис для устранения неопределенности в развитии российской экономики в долгосрочном периоде, обеспечения ее конкурентоспособности благодаря активизации инновационного предпринимательства.

Векторы последующих исследований будут направлены на углубленное изучение конкурентных преимуществ цифрового предпринимательства субъектов хозяйствования, производителей услуг и товаров. Бдительное внимание стоит уделить, на наш взгляд, также многокритериальной оценке уровней конкурентоспособности, проблемам установления и поиска количественных значений, которые дадут возможность измерить эти уровни в цифровом предпринимательстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Апокин А. Долгосрочные социально-экономические вызовы России и потребность в новых технологиях / А. Апокин, Д. Белоусов, В. Сальников, И. Фролов. – Предвидение, 2015. – 324 с.
2. Арлашкина Н. Н. Методология планирования инновационного развития экономических систем / Н. Н. Арлашкина, А. Е. Бром, О. С. Гайфутдинова, А. В. Гамбург, Н. И. Горбачев. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбПУ, 2015. – 772 с.
3. Макашева Н. А. Экономическая наука после кризиса: что изменится? Социальные науки и современность / Н. А. Макашева. – Предвидение, 2011. – 207 с.
4. Мешкова Т. Анализ глобальных цепочек создания стоимости: возможности форсайт-исследования / Т. Мешкова, Е. Моисейчев. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 174 с.
5. Мильнер Б. З. Организация инновационной деятельности: горизонтальные связи и управление: монография / Б. З. Мильнер, Т. М. Орлова. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 286 с.

© С. П. Кирильчук, С. Д. Мурасов

**ИССЛЕДОВАНИЕ БАНКОВСКОГО РЫНКА ДЛЯ
ОЦЕНКИ ВОЗМОЖНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ВНЕДРЕНИЯ
ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ
КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ¹**

**RESEARCH OF THE BANKING MARKET TO ASSESS
THE POSSIBLE RESULTS OF THE INTRODUCTION
OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES FOR CORPORATE
CUSTOMER SERVICE**

Корсунова Н. Н., аспирант
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону

N. N. Korsunova, postgraduate student,
Rostov State University of Economics (RINH),
Rostov-on-Don

Аннотация

Статья посвящена оценке возможности внедрения банками инновационных технологий для обслуживания корпоративных клиентов с учетом ключевых трендов развития банковского рынка в условиях перехода к цифровой экономике.

Annotation

The article is devoted to assessing the possibility of banks introducing innovative technologies for servicing corporate clients, taking into account the key trends in the development of the banking market in the context of the transition to the digital economy.

Ключевые слова: банковский рынок, инновационные технологии, банки, корпоративные клиенты.

Keywords: banking market, innovative technologies, banks, corporate clients.

Введение. На современном этапе развитие финансовых технологий и цифровых инфраструктурных проектов является одной из ключевых задач Банка России. Наша страна входит в тройку лидирующих стран мира в области проникновения финтеха и является передовым государством по уровню цифровизации финансовых услуг, поскольку порядка 87 % клиентов пользуются цифровыми каналами обслуживания [9].

Цель исследования состоит в проведении анализа банковского рынка с целью оценки возможности внедрения инновационных технологий для банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях перехода к цифровой экономике.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-310-90036 «Трансформация банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях перехода к цифровой экономике»

Результаты исследования. Департамент финансовых технологий в настоящее время осуществляет проведение анализа и развития финансовых технологий, обеспечивает работу регулятивной «песочницы» Банка России [4].

В 2020 г. вложения денежных средств Банка России, направленные на организацию платежной, операционной, информационно-аналитической и ИКТ систем снизились наполовину по сравнению с 2019 г.: с 7,69 млрд руб. до 3,5 млрд руб. [6].

В 2020 г. лидером среди ИТ-поставщиков для отечественных банков стала ЦФТ, где выручка ее проектов составила 27,4 млрд руб. [7].

По данным Insider, в этом году суммарные ИТ-бюджеты банков должны достичь 297 млрд долларов в связи с изменением концепции работы банков, направленной на гибкое распоряжение денежными средствами, снижение операционных расходов и отказ от жестких организационных структур [3]. В результате данных преобразований будет отмечаться переход к экосистемной модели банка, которая будет содержать три варианта развития: создание и развитие экосистемы при помощи собственных проектов; формирование комбинированной модели экосистемы; третий вариант предполагает, что поставщиком банковских продуктов является третье лицо [3].

В 2021 г. будет отмечаться дальнейшее отстранение банков от клиентов. Инструменты *embedded finance* будут интегрировать различные банковские услуги в нефинансовые продукты. В результате будет отмечаться рост прибыли банков и финтех, поскольку возрастет уровень конкуренции между банками, которые предлагают клиентам стандартный набор услуг. Существенный рост будет отмечаться в использовании скоринговых и аналитических продуктов. Получат свое развитие альтернативные способы онлайн-платежей посредством криптовалют, QR-кодов и электронных кошельков, что повлечет за собой изменение роли международных платежных систем. В ближайшем будущем банкам удастся реализовывать кастомизированные решения, отвечающие потребностям клиентов.

В 2021 г. неэкосистемные банки продолжают терять свои позиции на банковском рынке, теряя ценность для клиентов. В результате острой конкуренции с финтех банки продолжают искать новые точки соприкосновения с клиентами за счет сторонних сервисов и продуктов на основе *embedded finance* для интеграции маркетплейсов, стриминговых сервисов и т. д. В результате банки смогут осуществлять одновременно миллионы транзакций, а также снижать расходы на привлечение различных клиентов, превращаясь в SaaS-компании [14].

Дальнейшее развитие получают технологии искусственного интеллекта, поскольку банки получают все больший поток информации и им необходима ее качественная обработка. Также многие банки начнут стремиться сосредоточиться на таргетировании услуг для профилирования клиентского пути [13].

В числе ключевых направлений развития банковского рынка, которые станут в дальнейшем основой для проведения оценки эффективности внедрения инновационных технологий для обслуживания корпоративных клиентов, можно выделить: анализ и учет технологических инициатив со стороны Банка России; оценку технологических преимуществ крупных банков, как цифровых лидеров во внедрении и развитии инновационных технологий; мониторинг качества развития уже внедренных технологий для банковского обслуживания, в том числе и для

корпоративных клиентов; оценку риска технологического неравенства между банками-лидерами и банками, которые только начинают внедрять инновационные технологии; проведение постоянного мониторинга оценки качества внедрения банками передовых технологий; создание и развитие инновационных технологических решений, как фундамента инновационной работы банка в обслуживании различных категорий клиентов; развитие международного партнерства между банками с целью внедрения и развития инновационных технологий; переход к гибридной модели банковского обслуживания, в том числе и корпоративных клиентов; развитие банками облачных технологических решений и мониторинг эффективности их реализации; использование банками искусственного интеллекта для автоматизации процесса обслуживания корпоративных клиентов; внедрение цифрового двойника как модели, описывающей реальные причинноследственные зависимости между различными банковскими бизнес-процессами, в том числе и в обслуживании корпоративных клиентов; использование банками квантовых технологий для оптимизации процедуры расчета данных и проведения мониторинга их эффективности; внедрение банками периферийных вычислений; осуществление банками передачи данных на основе сети 5G с целью повышения эффективности развития дистанционного банковского обслуживания ;создание банками цифровых платформ как финтех-услуг и проведение оценки качества их внедрения; развитие открытых интерфейсов API для интеграции различных банковских приложений, которые будут использоваться в обслуживании корпоративных клиентов; тотальную персонафикацию корпоративных клиентов за счет предложения им персональных банковских программ, построенных на использовании инновационных технологий; рост ИТ-специальностей и проведение оценки вклада ИТ-специалистов в работу банка при создании и внедрении инновационных технологий; борьбу с киберпреступлениями на основе цифровых программных продуктов; формирование экоустойчивости банка при создании и внедрении инновационных технологий; совершенствование робототизированных систем за счет внедрения инновационных технологий; развитие и внедрение инновационных технологий по типу LowCode для оптимизации работы банковских приложений; формирование конструктора финансовых технологий для развития цифровых каналов банковского обслуживания корпоративных клиентов [1; 2; 5; 8; 11; 12; 14–17].

На процесс внедрения инновационных технологий для банковского обслуживания корпоративных клиентов будут оказывать влияние внутренние и внешние факторы. К внешним факторам можно отнести сложность проведения оценки эффективности инновационных технологий; сложность обеспечения контроля за эксплуатацией инновационных технологий; наличие технологических барьеров для модернизации функциональных характеристик инновационных технологий; снижение операционных расходов на создание инновационных технологий; влияние платформатизации на организационную структуру банковского обслуживания; уровень развития систем идентификации клиентов; уровень развития открытых API; необходимость цифрового управления данными; формирование цифрового профиля клиентов; развитие цифровых платформ, в том числе платформы Маркетплейс; человеческий фактор; масштаб цифровых изменений, способствующих развитию инновационных технологий в

банковском обслуживании корпоративных клиентов; уровень эффективности реализации политики Банка России в области цифрового развития банков и ее влияние на организацию банковского обслуживания корпоративных клиентов; качество Интернет-коммуникаций; скорость развития технологических преобразований в работе банков; повышение роли аналитики и углубленной работы с данными; необходимость использования мультиканального взаимодействия при взаимодействии банка и корпоративных клиентов.

Внутренние факторы: степень развития цифровой ИТ-архитектуры банка; уровень развития технологической среды банка; наличие эффективно функционирующей инновационной системы банка; уровень развития ресурсной базы банка; формирование технологических приоритетов банка при организации обслуживания корпоративных клиентов; перспективность идей и проектов, а также их практическая реализуемость в области развития обслуживания корпоративных клиентов; увеличение объемов и снижение сроков дистанционного банковского обслуживания корпоративных клиентов при помощи инновационных технологий; влияние регуляторных технологий на организацию банковского обслуживания корпоративных клиентов; необходимость цифровизации каналов банковского обслуживания корпоративных клиентов; влияние экономического эффекта банка от создания инновационных технологий для банковского обслуживания корпоративных клиентов; уровень мотивации сотрудников банка в области организации работы с инновационными технологиями в обслуживании корпоративных клиентов; проведение семинаров и конференций среди банков по обмену опытом в области внедрения и развития инновационных технологий в банковском обслуживании корпоративных клиентов; уровень поддержки банками идей новаторов, направленных на развитие инновационных технологий для обслуживания корпоративных клиентов; уровень развития цифровых инициатив банка в области развития инновационных технологий для обслуживания корпоративных клиентов.

Выводы. Исследование банковского рынка нашей страны показало, что оценка результатов внедрения инновационных технологий для банковского обслуживания корпоративных клиентов будет строиться на анализе инновационных технологий для обслуживания данной категории клиентов и изучении их технической эффективности; анализе и последующей оценке качества развития клиентского пути на основе использования инновационных технологий, которое связано с формированием банком ценностных предложений для корпоративных клиентов, которые связаны с внедрением технических решений; создании пользовательских интерфейсов; переходе на клиентоориентированную разработку инновационных технологий для банковского обслуживания корпоративных клиентов; комплексной модернизации банковских бизнес- процессов в обслуживании корпоративных клиентов за счет внедрения инновационных технологий; оптимизации структуры банковского обслуживания корпоративных клиентов за счет цифрового взаимодействия между технологическими, операционными и бизнес-подразделениями банка для последующей автоматизации каналов дистанционного банковского обслуживания корпоративных клиентов; упрощении доступа корпоративных клиентов к банковским продуктам за счет внедрения инновационных технологий и формирования цифровых каналов обслуживания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. 10 тенденций и инноваций Индустрии 4.0 повлияют на экономику в 2021–2022 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://b-mag.ru/10-tendencij-i-innovacij-industrii-4-0-povlijajut-na-jekonomiku-v-2021-2022-godu/> (дата обращения: 01.10.2021).

2. 5 трендов цифровой трансформации в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.e-executive.ru/management/itforbusiness/1993760-5-trendov-tsifrovoi-transformatsii-v-2021-godu> (дата обращения: 01.10.2021).

3. 7 технологий, которые помогут банку стать экосистемой [Электронный ресурс]. – URL: <https://rb.ru/opinion/banks-ecosystem/> (дата обращения: 01.10.2021).

4. Департамент финансовых технологий [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/about_br/publ/annrep2020short/tekhnologiy-na-rynke/ (дата обращения: 01.10.2021).

5. Доклад о технологиях и инновациях за 2021 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://roscongress.org/materials/doklad-o-tekhnologiyakh-i-innovatsiyakh-za-2021-god/> (дата обращения: 01.10.2021).

6. Информационные технологии в ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информационные_технологии_в_ЦБ_РФ (дата обращения: 01.10.2021).

7. Крупнейшие ИТ-поставщики в банках. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Российский_рынок_банковской_информатизации#.D0.9A.D1.80.D1.83.D0.BF.D0.BD.D0.B5.D0.B9.D1.88.D0.B8.D0.B5_.D0.98.D0.A2-.D0.BF.D0.BE.D1.81.D1.82.D0.B0.D0.B2.D1.89.D0.B8.D0.BA.D0.B8_.D0.B2_.D0.B1.D0.B0.D0.BD.D0.BA.D0.B0.D1.85 (дата обращения: 01.10.2021).

8. Приоритетные направления цифровой трансформации банковского сектора [Электронный ресурс]. – URL: <https://asros.ru/news/opinions/priority-areas-for-digital-transformation-in-the-banking-sector-/> (дата обращения: 01.10.2021).

9. Развитие технологий и поддержка инноваций на финансовом рынке [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/about_br/publ/annrep2020short/tekhnologiy-na-rynke/ (дата обращения: 01.10.2021).

10. Российский рынок ИТ для банков [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Обзор_Tadviser:_ИТ_в_банках_2021 (дата обращения: 01.10.2021).

11. Тенденции мирового ИТ-рынка [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тенденции_мирового_ИТ-рынка (дата обращения: 01.10.2021).

12. Технологический бум в России: эксперты подвели итоги ПМЭФ-2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rb.ru/opinion/itogi-pmef-2021/> (дата обращения: 01.10.2021).

13. Тренды банковской цифровизации 2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://gidfinance.ru/analytics/news/trendy-bankovskoj-tsifrovizatsii-2021> (дата обращения: 01.10.2021).

14. Эксперты Digital Horizon спрогнозировали развитие финтех-рынка в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/finance/190191-eksperty-digital-horizon-sprognozirovali-razvitie-finteh-rynka-v-2021-godu> (дата обращения: 01.10.2021).

15. Эксперты Digital Horizon спрогнозировали развитие финтех-рынка в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/finance/190191-eksperty-digital-horizon-sprognozirovali-razvitie-finteh-rynka-v-2021-godu> (дата обращения: 01.10.2021).

16. Cnews: ИТ-тренды 2021 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.cnews.ru/reviews/cnews_trendy_2021 (дата обращения: 01.10.2021).

17. Forbes назвал 5 ключевых тенденций развития банковской и финтех-сферы в 2021 году. [Электронный ресурс]. – URL: <https://bloomchain.ru/newsfeed/forbes-nazval-5-kljuchevyh-tendentsii-razvitiya-bankovskoi-i-finteh-sfery-v-2021-godu> (дата обращения: 01.10.2021).

© Н. Н. Корсунова

УДК 658

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИИ: ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ

DIGITAL CULTURE OF THE ORGANIZATION: THE CONCEPT AND FEATURES

Кремнева О. А., обучающаяся группы М-м-о-211
Царенко Н. В., к. э. н., доцент
ФГАОУВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O. A. Kremneva, student, gr. M-m-o-211
N. V. Tsarenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Рассмотрены подходы к определению сущности понятий «цифровая культура» и «цифровая культура организации». Выделены ключевые атрибуты и особенности цифровой культуры организации.

Annotation

Approaches to the definition of the essence of the concepts of «digital culture» and «digital culture of the organization» are considered. The key attributes and features of the organization's digital culture are highlighted.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая культура, цифровая культура организации.

Keywords: digitalization, digital culture, digital culture of the organization.

Введение. В настоящее время цифровизация является одним из самых глобальных процессов и одной из наиболее обсуждаемых тем в сфере бизнеса. Цифровизация активно влияет на общество, предприятия и человека, предоставляя хорошие возможности для развития, но при этом меняя традиционный уклад жизни, концепцию управления предприятием и, в целом, образ мышления.

Цифровая трансформация организации – это больше, чем простое внедрение и обновление технологий. В основе цифровизации организации – использование сотрудниками цифровых технологий, непрерывный процесс адаптации знаний и высокий уровень грамотности, которые позволяют перейти к новым бизнес-

моделям, производственным процессам, каналам коммуникаций с клиентами и поставщиками, новым продуктам и обеспечить долгосрочную устойчивость.

Реализация цифровой трансформации невозможна без обновления основных ценностей организации, внедрения норм и стандартов желаемого поведения, непрерывного обучения и использования стимулов [6], согласованных с целями нового типа культуры – цифровой культуры.

Учитывая актуальность и сложность рассматриваемого вопроса, необходимым является исследование сущности и особенностей цифровой культуры организации.

Цель исследования – раскрыть сущность понятия и особенности цифровой культуры организации.

Результаты исследования. Изучением различных аспектов цифровой культуры занимаются ученые в сфере экономики, философии, социологии, культурологии и др. На сегодняшний день существует большое количество трактовок понятия «цифровая культура», что свидетельствует о сложности и многоплановости понятия. Ученые из разных научных сфер стремятся выделить те признаки, которые существенны с их точки зрения. Например, специалист в сфере массовых коммуникаций профессор Амстердамского университета Марк Дёз (Mark Deuze) считает, что «цифровая культура предполагает не только факт использования новых технологий в различных сферах деятельности человека, но и формирование определенной системы взаимоотношений человека с техникой и способов социального взаимодействия, опосредованных цифровыми средствами. В связи с этим отмечается, что в качестве основных компонентов цифровой культуры можно считать те ценности и практики, которые нужны людям, чтобы иметь относительную свободу иметь и создавать идентичность и участвовать в «жизненной политике» [8].

По мнению профессора Кузнецовой Т. Ф. термин «цифровая культура» используется для «обозначения формирующегося этапа культуры, соответствующего цифровому обществу, ведущие черты которого видятся в цифровой экономике, преодолении аналоговой экономики как выражения прежних общественных устоев» [3]. «В своей основе цифровая культура соответствует общему представлению о культуре как системе ценностей, сплачивающих общество в определенную эпоху и при определенном уровне развития в нем общественных отношений» [3].

В интерпретации Д. В. Галкина цифровая культура представляет собой «науку об артефактах и символических структурах, основанных на цифровом кодировании и его универсальной технической реализации, тотально включенных в институциональную систему и способствующих поддержанию определенных ценностей, закреплённых ментально» [3].

По мнению авторов, «одним из аспектов «цифровой культуры» является ее способность насыщать сетевые мультимедийные пространства смыслами» [1].

В толковом словаре терминов и понятий по вопросам цифровой трансформации, цифровая культура определяется как «понимание современных информационных (цифровых) технологий, их функциональных возможностей, а также возможность грамотно использовать их в работе или быту» [5].

Цифровая культура организации представляет собой совокупность мероприятий, направленных на внедрение инноваций, развитие сотрудников и

организации на основе системного применения цифровых инструментов в повседневной операционной деятельности, ориентированных на удовлетворение потребностей клиентов, обеспечение качества и эффективности деятельности [4].

Цифровую культуру организации нужно формировать осознанно, ей следует уделять должное внимание, инвестировать время и ресурсы для ее создания и поддержания. В качестве составляющих цифровой культуры организации можно выделить [9]:

1. Гибкое лидерство. Лидеры в организациях с цифровой культурой обладают стратегической гибкостью и готовы к переменам, у них всегда должны быть альтернативные планы.

2. Инновации. Организации экспериментируют с ценностями, поощряют реализацию новых идей и не боятся поражений.

3. Адаптивность. Цифровая культура предполагает, что организация может адаптироваться. Поэтому необходимо оптимизировать организационные процессы в своей компании, чтобы сотрудники могли быстро вносить изменения и реализовывать идеи.

4. Обучение работе с программным обеспечением. Цифровая культура требует целостного подхода к обучению программному обеспечению. Согласованная стратегия внедрения цифровых технологий – ключ к достижению этой цели.

Эксперты в сфере подготовки руководителей и команд цифровой трансформации М. Крель и П. Потеев считают, что ключевыми особенностями цифровой культуры организации являются [2]:

1. Организационная структура, процессы, операционная бизнес-модель, ИТ-системы и платформы.

2. Готовность всех сотрудников и руководителей к тому, что измениться может все.

3. Полная открытость к внешнему миру.

4. При принятии решений опора на цифровые данные, а не на личные эмоции.

5. Практически мгновенное принятие решения.

6. Мышление бесконечным горизонтальным масштабированием. Это реализуется с помощью различных цифровых сервисов, «стирающих» географические границы с целью минимизировать физические, временные и материальные затраты потребителей при получении услуги или товара.

7. Клиентоцентричность. Такая особенность цифровой культуры ориентирована на решение проблем клиентов, на то, чтобы превзойти их ожидания в скорости и качестве сервиса, и сформировать лояльность.

По мнению профессора Ячменевой В. М. к особенностям «цифровой культуры организации» следует отнести поощрение здорового авантюризма и риска; внешнюю, а не внутреннюю ориентацию; акцентирование внимания на действиях, а не на планировании; в большей степени ориентация на сотрудничество, чем на индивидуальные усилия [7].

Вывод. В основе цифровой трансформации современного предприятия лежит цифровая культура. Цифровая культура организации является многофакторным аспектом, охватывающим все виды деятельности предприятия. Ключевые особенности цифровой культуры касаются как внутренней среды

организации, так и ее взаимодействия с внешней средой. Для формирования цифровой культуры организации требуется значительное внимание, ресурсы и использование различных подходов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Астафьева О. Н. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития / О. Н. Астафьева, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15, № 5. – С. 516–531. – DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531 (дата обращения: 26.09.2021).

2. Крель М. Культура цифровой трансформации / М. Крель, П. Потеев. – URL: <https://4cio.ru/pages/573> (дата обращения: 28.09.2021).

3. Кузнецова Т. Ф. Цифровая культура / Т. Ф. Кузнецова // Энциклопедия гуманитарных наук: Знание. Понимание. Умение. – 2018. – № 4. – С. 233–237. – DOI: 10.17805/zpu.2018.4.23 (дата обращения: 26.09.2021).

4. Модель компетенций команды цифровой трансформации в системе государственного управления. 2.6 Цифровая культура. – URL: https://hr.cdto.ranepa.ru/2_6 (дата обращения: 28.09.2021).

5. Первая редакция СТБ «Цифровая трансформация. Термины и определения». – URL: <https://stb.by/Stb/ProjectFileDownload.php?UrlId=9032> (дата обращения: 26.09.2021).

6. Роль культуры в цифровой трансформации. – URL: <https://deloitte.wsj.com/articles/the-role-of-culture-in-digital-transformation-01563498125> (дата обращения: 26.09.2021).

7. Ячmeneва В. М. Цифровая культура как необходимое условие цифровой трансформации / В. М. Ячmeneва // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2020) : сборник трудов III Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, г. Симферополь, 30 сентября – 02 октября 2020 г. / научн. ред. В. М. Ячmeneвой; редкол. : Е. Ф. Ячmeneв, Т. И. Воробец, Р. А. Тимаев. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2020. – С. 189–193. – ISBN 978-5-907376-20-5. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44184934> (дата обращения: 28.09.2021).

8. Deuze M. Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture // The Information Society. – 2016. – № 22. – PP. 63–75.

9. Here's why digital culture is a good idea in organizations. – URL: <https://blog.walkme.com/digital-culture/> (дата обращения: 28.09.2021).

© О. А Кремнева, Н. В. Царенко

**СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО
КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА**

**MODERN INTERNAL CONTROL SYSTEM
IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION
OF THE OIL AND GAS COMPLEX**

Ломаченко Т. И., д. э. н., доцент

Рыбальченко С. И., обучающийся группы КЭ 18-01
ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени
И. М. Губкина», г. Москва

T. I. Lomachenko,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

S. I. Rybalchenko, student of group KE 18-01

Gubkin Russian State University of Oil and Gas, Moscow

Аннотация

Системность взглядов современного бизнес сообщества с позиции роста капитализации и минимизации издержек усиливает стремление компаний, корпораций и холдингов к автоматизации и цифровизации производства и совокупных бизнес процессов. Рост издержек, сопряженный с созданием новых угроз в лице снижения спроса на фоне «Зеленой» политики, подъема конкурентной среды рынка, изменение конъюнктуры нефтегазового сегмента рынка, связанное с облегчением квоты арабского нефтяного мира, вызвал ряд изменений в правилах бизнес игры предлагаемой мировой экономикой.

Annotation

The systematic views of the modern business community from the standpoint of capitalization growth and cost minimization reinforce the tendency of companies, corporations and holdings to automate and digitalize production and aggregate business processes. The increase in costs associated with the creation of new threats in the face of a decrease in demand against the background of a “green” policy, the rise of a competitive market environment, a change in the conjuncture of the oil and gas segment of the market associated with the easing of the quota of the Arab oil world, caused a number of changes in the rules of the business game offered by the world economy.

Ключевые слова: система внутреннего контроля, цифровая трансформация, аудит, онлайн банкинг, критерии экономической безопасности, информатизация.

Keywords: internal control system, digital transformation, audit, online banking, criteria of economic security, informatization.

Введение. На данный момент все организации заинтересованы в глубоком, комплексном и систематичном экономическом анализе, одной из ключевых целей которого является предоставление полной и достоверной информации для служб внутреннего контроля. Огромный спектр решаемых современной нефтегазовой организацией вопросов, на фоне всеобщего движения в сторону тотальной

автоматизации производственных процессов, ставит серьезный вопрос сохранения информационной безопасности, коммерческой тайны информационных носителей, закрытости каналов связи и коммуникации внутри организации и с внешними источниками.

Цель исследования. Систематизировать представления о сложностях и особенностях проведения цифровой трансформации в жизнь для служб внутреннего контроля предприятий ТЭК.

Результаты исследования. В России цифровые технологии в последнее время развиваются активно. Так, к примеру, на этапе зарождения, за 2017 год рынок коммерческих центров хранения и обработки данных вырос на 11 %, до 14,5 млрд рублей. Рынок облачных услуг расширяется, в среднем на 40 % в год. Но пока наша страна все еще серьезно отстает от мировых IT-лидеров. Так, из более чем \$150 млрд, которые, как ожидается, принесет мировой рынок Big Data в 2017 году, Россия освоит не более 0,3 % [1].

Big Data – определенный инструментарий, дающий большой спектр возможностей работы с информацией, а также совокупность методов, позволяющих решать задачи различной сложности [2].

Сквозь призму риск-ориентированного подхода, одним из ключевых направлений работы службы внутреннего контроля становится процесс планомерного и безопасного внедрения результатов цифровой трансформации мировой экономики в структуру производственных и непроизводственных процессов организации.

В рейтинге Всемирного экономического форума Россия занимает 41-е место по готовности к цифровой экономике и 38-е место по экономическим и инновационным результатам использования цифровых технологий. Очевидно, что отечественные инновационные разработки в основной массе выбирают стратегию импортозамещающих разработок, однако в силу экономической устойчивости нефтегазового сегмента и исторической направленности на сырьевой вектор развития экономики, данная область обладает всем необходимым инструментарием для планомерного и урегулированного частичного принятия цифровой трансформации. В силу специфики отрасли одномоментный и полнометражный переход к цифровой экономике в сегменте невозможен и требует поступательных шагов с реформенным принятием оптимальных решений при условии эффективного выполнения своего функционала службой внутреннего контроля и обеспечения бесперебойности работы предприятия.

Под данным тезисным изъяснением сложно структурированности конкретного экономического сегмента скрывается сущность работы службы внутреннего контроля всего ТЭК. В рамках своего функционирования система внутреннего контроля открывает для себя вместе с цифровой трансформацией и новые перспективы, ведь своевременное внедрение современных платформ программного обеспечения способно существенно процессы проверки и фиксации определенной информации, модернизировать способы хранения и передачи данных, а также отслеживания каналов взаимосвязи финансовых, логистических, коммуникационных, кадровых, производственных и иных операций.

Систематика внедрения цифровых технологий с 2017 года серьезно изменилась, нефтегазовая отрасль за 4 года вошла в три наиболее цифровизированных направления в стране. К 2020 году вектор развития, заложенный принятием информационных инноваций заставляет систему внутреннего контроля предприятия реадаптироваться под новые вводные современных реалий обеспечения безопасности на предприятиях ТЭК, в свою очередь, принимая качественно новые преобразования и программные решения. Результат подобных решений сводится к недореализованному потенциальному балансу прибыли от цифровизационных процессов в 1,5 млрд долларов США, что лишь актуализирует и ускоряет процесс перевода большого количества операций в цифровую среду для таких крупных компаний, как Лукойл, Газпром, НОВАТЭК, Татнефть, Роснефть [3].

Такие инновационные решения, как онлайн банкинг, страхование, перенос архивации, аудита, бухгалтерии, складского документооборота и фиксации, электронных пропусков, камер распознавания лиц в гибридную форму информационного пространства, уже сейчас позволили на практике существенно облегчить процесс взаимодействия сотрудников службы внутреннего контроля с другим персоналом организации и существенно повысили вовлеченность внутреннего кадра в систему внутреннего контроля, что вызывает рост эффективности работы последнего.

В связи с этим, возникают специализированные программы, в частности: ERP-система, GRC-системы, Process mining, RPA-системы, Big data, BI-системы, BPM-системы и другие [4].

Новые платежные системы, рост развития дебиторских вариаций платежа, новые вариации логистических преобразований и отсрочек поставки, вариативность точек розничной и оптовой торговли, расширение паутины трубопроводной сетки крупнейших нефтегазовых компаний делает цифровую трансформацию одновременно опасностью и необходимым решением для служб внутреннего контроля организаций ТЭК.

Выводы. Системность подхода и принятия новых неоклассических решений, стремление к адаптивности под волну новых информационных решений должны позволить ключевому для экономики РФ сектору с достоинством сделать шаг в наступающее будущее цифровых технологий, открывающее необъятные перспективы роста скорости обработки и способов передачи информационных данных, тем самым рождая новые вызовы, решаемые системой внутреннего контроля по средством оперативного регулирования взаимодействия отделов при эффективной работе по каждому из секторов подведомственного регулирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ITU (2018). Accelerating Digital Transformation: Good Practices for Developing, Driving and Accelerating ICT Centric Innovation Ecosystems in Europe. – URL: <https://www.itu.int/myitu/-/media/Publications/2018-Publications/BDT-2018/Accelerating-Digital-Transformation.pdf> (дата обращения: 24.03.2021).

2. ITU (2019a). Digital Transformation and the Role of Enterprise Architecture. – URL: https://www.itu.int/pub/D-STR-DIG_TRANSF-2019 (дата обращения: 24.03.2021).

3. ITU (2019b). Digital Skills Insights. – URL: <https://academy.itu.int/sites/default/files/media2/file/Digital%20Skills%20Insights%202019%20ITU%20Academy.pdf> (дата обращения: 24.03.2021).

4. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр Эльга, 2015. – 528 с.

© Т. И. Ломаченко, С. И. Рыбальченко

УДК 65.01

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЦИФРОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА

TOOLKIT FOR ORGANIZING THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF A DIGITAL ENTERPRISE OF THE OIL AND GAS SECTOR

Ломаченко Т. И., д. э. н., доцент

Халипин В. В., обучающийся группы КЭ 18-01
ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени
И. М. Губкина», г. Москва

T. I. Lomachenko,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

V. V. Khalipin, student of group KE 18-01

Gubkin Russian State University of Oil and Gas, Moscow

Аннотация

В данной статье рассматривается инструментарий организации системы внутреннего контроля с уклоном на нефтегазовый сектор. Проанализированы и описаны различные ИТ-системы анализа, планирования, обработки, хранения и др. информации. Представлены продукты ИТ-систем мирового и отечественного рынков на 2021 г.

Annotation

This article discusses the tools for organizing an internal control system with a focus on the oil and gas sector. Various IT systems of analysis, planning, processing, storage, etc. of information are analyzed and described. The products of IT systems of the world and domestic markets for 2021 are presented.

Ключевые слова: система внутреннего контроля, цифровая трансформация, аудит, инструментарий, ERP, BI, BPM, GRC, информатизация.

Keywords: internal control system, digital transformation, audit, instrumentation, ERP, BI, BPM, GRC, informatization.

Введение. В эпоху всеобщей цифровизации и автоматизации бизнес-среда становится более сложной, более конкурентной, а скорость обработки, анализа данных и информационная безопасность – более востребованными. Также растут требования к внутреннему аудиту и системе внутреннего контроля (СВК). Предоставление быстрого, четкого и качественного результата, безусловным

помощником которого могут стать различные инструменты системы внутреннего контроля, является основным конкурентным преимуществом.

Цель исследования. Структурировать сведения об инструментарии и продуктах, представленных для организации системы внутреннего контроля предприятий ТЭК.

Результаты исследования. Система внутреннего контроля (СВК) – это совокупность организационных структур, политик, процедур и действий работников организации, направленных на минимизацию рисков, путем осуществления внутреннего контроля ее деятельности в соответствии с принятыми внутренними документами (методиками, регламентами, процедурами) для обеспечения достижения целей организации. Компонентами системы являются: контрольная среда (атмосфера и восприятие работниками СВК, кадровая политика), оценка рисков, средства контроля, информационный обмен, мониторинг (оценка эффективности СВК), специальный контроль (внутренний аудит), отдельные виды контроля (административный, бухгалтерский, финансовый, технологический, правовой и т. д.). Эффективная СВК предусматривает выполнение поставленных перед этой системой целей: сохранности информации, активов; увеличения, либо поддержание эффективности хозяйственной деятельности; соответствие учета принятой учетной политики; соблюдение правил составления и представления бухгалтерской финансовой отчетности и т. д. Цифровые инструменты СВК являются одним из решений в гонке между угрозами организации и методах их предотвращения. Системными решениями в разработке цифровых продуктов являются: ERP-системы, BI-системы, BPM-системы, GRC-системы, RPA-системы, Process mining и другие [2].

ERP-система (Enterprise Resource Planning System – Система планирования ресурсов предприятия) – корпоративная информационная система (КИС), предназначенная для автоматизации учёта и управления. ERP-системы появились ещё в 1990-х годах. ERP-система это комплексное хранилище корпоративной, управленческой, бухгалтерской отчетности и другой информации, позволяющее планировать использование ресурсов предприятия. В большинстве компаний нефтегазового сектора используются сильно модифицированные ERP-системы SAP. Единая система может управлять обработкой, логистикой, дистрибуцией, запасами, доставкой, выставлением счетов-фактур и бухгалтерским учётом, но цена обслуживания системы существенна [1].

BI-система (Business Intelligence – Система бизнес-аналитики) – аналитическая система, направленная на достижение поставленных целей предприятия путём наилучшего использования имеющихся данных. Система объединяет данные из различных источников информации, обрабатывает и предоставляет их в удобном для оценки виде. При помощи этой системы возможно оперативно анализировать тенденции, быстро реагировать на изменения и принимать верные решения. Продукты BI-систем, использующиеся в компаниях нефтегазового сектора: Business-Qlik for Oil/Gas, OmegaPlus: Cognos BI, Tableau. Отечественные BI-системы на мировом рынке представлены следующими продуктами: Visiology, Modus, Форсайт и др. [3].

BPM-системы (Business Process Management – Система управления бизнес-процессами) – Система, рассматривающая бизнес-процессы как ресурс

предприятия. Она позволяет структурировать цепочку действий сотрудников в виде последовательного алгоритма. Это позволяет исключить потери информации в процессах, а также получить информацию для анализа и оптимизации процесса. BPM-системы Российского рынка представлены следующими продуктами: Comindware Business Application Platform, Bpm'online, ELMA, PEGA, «ИНТАЛЕВ: Корпоративный менеджмент», «Первая форма», Bizagi, K2, IBM ® Business Process Manager, SAP NetWeaver BPM.

GRC-системы (Governance, Risk and Compliance) – Система, объединяющая в себе три компонента по которым можно разложить деятельность практически любой компании: корпоративное управление, управление рисками и соблюдение требований (compliance). На Российском рынке GRC-системы представлены продуктами: Security Vision, R-Vision SGRC, ePlat4m Security GRC, RSA Archer GRC

RPA (Robotic process automation) – это технология, которая позволяет пользователям разворачивать «цифровых сотрудников» или программных роботов, которые имитируют действия человека, взаимодействующего с различными ИТ системами, для выполнения задач. На данном этапе развития технология – достаточно примитивное решение, позволяющее уменьшить время исполнения рутинных процессов. Данная технология представлена продуктами российского рынка: Pix RPA, Electroneek RPA, Robin RPA.

Process mining – ПО, специализирующееся на анализе процессов компании. Может использовать данные разных информационных систем для структуризации и визуализирования результатов анализа, что дает полное представление о недостатках в процессах. Продукты данной технологии: ARIS Process Performance Manager, Celonis Process Mining, Promease 2.0 [4].

Выводы. Цифровизация предоставила возможность появления целого спектра различных ИТ-инструментов, способствующих развитию новых методов предотвращения угроз, а также увеличивающих скорость анализа, обработки и предоставления данных, что также позволяет повысить скорость принятия оперативных и правильных решений для достижения целей организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ильин В. В. Внедрение ERP-систем: управление экономической эффективностью / В. В. Ильин. – М. : Теревинф, 2015.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр Эльга, 2015. – 528 с.
3. Becker J. et al. In search of information systems (grand) challenges // Business & Information Systems Engineering. – 2015. – Т. 57, №. 6. – С. 377–390.
4. Mannhardt F. Multi-perspective process mining // CEUR Workshop Proceedings. – 2018. – Т. 2196. – С. 41–45.

© Т. И. Ломаченко, В. В. Халипин

**АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА ДЛЯ ЦИФРОВОГО СТАРТАПА
(НА ПРИМЕРЕ КОПИРАЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА)**

**ANALYSIS OF THE TARGET MARKET FOR A DIGITAL STARTUP
(ON THE EXAMPLE OF A COPYRATING AGENCY)**

Муравьева Н. Н., к. э. н., доцент
Абдулаев М. З., обучающийся группы УП-б-о-5-к3
Каратеев В. С., обучающийся группы УП-б-о-5-к3
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону

N. N. Muravyova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
M. Z. Abdulaev, student, gr. UP-b-o-5-k3
V. S. Karateev, student, gr. UP-b-o-5-k3
South Federal University, Rostov-on-Don

Аннотация

Значимость анализа целевого рынка для цифрового стартапа сложно переоценить, особенно в момент создания цифрового стартапа и при дальнейшей работе в цифровом пространстве. В рамках исследования проведён маркетинговый анализ целевого рынка для копирайтингового агентства, изучены конкуренты, тенденции данной сферы бизнеса.

Annotation

The importance of analyzing the target market for a digital startup is difficult to overestimate, especially at the time of creating a digital startup and further work in the digital space. As part of the study, a marketing analysis of the target market for a copywriting agency was carried out, competitors, trends in this area of business were studied.

Ключевые слова: целевой рынок, маркетинговый анализ, конкуренты, целевая аудитория, цифровой стартап.

Keywords: target market, marketing analysis, competitors, target audience, digital startup.

Введение. Сфера бизнеса модернизируется и переходит в цифровой формат, что в свою очередь открывает новые возможности для предпринимателей и лиц, заинтересованных в открытии своего бизнеса в цифровой форме. Анализ целевого рынка является важнейшим этапом, так как позволяет составить портрет целевой аудитории и её предпочтений. Знание целевого рынка даёт потенциальному предпринимателю видение и возможность формирования стратегии с ключевым преимуществом, отличным от конкурентов.

Цель исследования – проведение анализа целевого рынка на примере копирайтингового агентства с использованием маркетингового инструментария.

Результаты исследования. Для определения целевого рынка проведем маркетинговый анализ — изучение конкретного рынка услуг для продвижения на нем продукции компании и принятия целевых управленческих решений.

Рассматривая конкурентов, стоит выделить 2 основные группы:

– фрилансеры, которые берут на себя обязательства по предоставлению услуг копирайтинга;

– агентства по копирайтингу.

В рамках исследования был проведен анализ сайтов конкурентов (<https://www.nk-rnd.ru>; <https://karya-n.ru/price/>; <https://contentbox.ru/> и др.).

При анализе конкурентов было выявлено, что средняя цена за 1000 знаков колеблется в диапазоне от 300–600 рублей (таблица 1).

Таблица 1 – Средняя цена копирайтинговых услуг

Услуга	Средняя цена на услуги
Текст для главной страницы сайта компании	от 1000 руб.
Информационные текстовые рассылки	от 1500 руб.
Тексты на сайт	от 250 руб.
SEO-текст	от 270 руб.
Рерайт	от 200 руб.
Тексты для лендингов	от 2000 руб.
Описание товара	от 150 руб.
Продающие тексты	от 2000 руб.
Информационные материалы	от 400 руб.
Нейминг (около 10 вариантов)	от 1000 руб.
Е-MAIL рассылки	от 600 руб.
Статьи на заказ	от 700 руб.

Источник: составлено авторами по материалам <https://www.nk-rnd.ru>; <https://karya-n.ru/price/>; <https://contentbox.ru/> и др.

В процессе данного анализа сложно определить ценовую политику агентств, так как некоторые агентства не указывают цены за свои услуги, ориентируясь преимущественно на заполнении брифа с целью вовлечь в сотрудничество и обговорить стоимостную составляющую с заказчиком лично. Под брифом понимается письменная форма, между сторонами, нацеленными на сотрудничество, где прописываются параметры и условия по какому-либо проекту.

В ходе изучения целевой аудитории был проведен опрос среди потенциальных потребителей, с целью определения профиля клиента (пройти опрос можно по ссылке: https://docs.google.com/forms/d/1jRx628H5UyjX7JH9h5hNC_abruWBzFfcW9Eln3iDY7I/edit?usp=sharing).

Проведя анкетирование потребителей, составлен следующий портрет целевой аудитории:

– мужчины и женщины разных возрастов, имеют высшее образование, собственный бизнес (пользуются услугами копирайтинга, для продвижения своего товара или услуги на новые сегменты рынка, а также для дальнейшего развития бизнеса, коммуникация происходит в социальных сетях, а именно: Instagram, Вконтакте и Телеграмм);

– уровень дохода также сильно различается, ведь услуги копирайтинга предоставляются не только начинающим предпринимателям, но и многолетним компаниям, с большим оборотом средств. Цена услуги зависит в первую очередь от сложности и срочности самого задания, а еще и от ее важности для самого клиента.

Основные характеристики личности клиента, которые назвали сами респонденты — это предприимчивость, общительность, многозадачность и пунктуальность.

Услуги копирайтинга применяются во многих сферах деятельности, одно из главных ожиданий клиента от услуг копирайтинга — это мгновенный приток потребителей, после приобретения того или иного вида текстовой рекламы или оформления сайта. В основном новые клиенты хотят видеть незамедлительное улучшение посещаемости после публикации заказанной работы.

Кроме этого, в исследовании определен уровень заинтересованности в услугах копирайтинга среди студентов, которые в будущем могут стать клиентами, так и сотрудниками агентства.

На основании полученных данных анкетирования сделаны следующие выводы:

- большинство опрошенных (70,4 %) уже были знакомы с деятельностью копирайтинга, при этом только 18,5 % респондентов заявили, что для них знаком термин, а не сама деятельность;

- лишь 11,1 % пользовались услугами ранее и еще столько же не знали о такой сфере деятельности. Это демонстрирует, что данный рынок является относительно новым в России;

- респонденты пояснили какие опасения возникают у них при заказе копирайтинговых услуг — это отсутствие гарантии качества, дороговизна услуги, а также слабая рекламная кампания.

Общее число проанализированных анкет составило 150, где две трети всех опросников были предназначены для определения профиля целевой аудитории.

В таблице 2 представлен маркетинговый анализ 4P копирайтингового агентства.

Таблица 2 – Маркетинговый анализ 4P

Стратегии	Клиентам	Маркетинговые цели
Продукт	Предоставление услуг в области написания качественных текстов (копирайтинг)	Сформировать образ агентства где потребитель может получить качественный текст в нужный ему срок
Место	Цифровая среда, использование интернет ресурсов, сайтов	Привлечь к интернет-агентству заказчика, используя рекламу во всех точках касания с заказчиком
Цена	Реализация услуг копирайтинга по средним ценам за услугу в данной области бизнеса	Разработать ценовое позиционирование для всех направлений работ с текстом
Продвижение	Продвижение услуг агентства через сайт, социальные сети	Разработка промо-сайта для бренда агентства

Источник: составлено авторами по материалам [1; 2; 3].

Процесс продвижения услуг по копирайтингу включает наличие рекламной составляющей преимущественно с использованием Интернет-ресурсов: контекстная реклама; реклама в социальных сетях; реклама на биржах копирайтинга; сервисы e-mail рассылок; рекламный плакат агентства представлен по ссылке https://www.canva.com/design/DAEb7sSB5uk/tnMOnB0QpvQaXXvBcORXbA/view?utm_content=DAEb7sSB5uk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton

Выводы. Для достижения, обозначенной цели исследования были реализованы следующие задачи:

– анализ конкурентов позволил определить среднюю цену на услуги копирайтинга;

– для изучения целевой аудитории был проведен опрос среди потенциальных потребителей, с целью определения профиля клиента;

– представлены инструменты продвижения услуг по копирайтингу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гришина В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум: Учебное пособие / В. Т. Гришина. – М. : Вузовский учебник, 2019. – 441 с.

2. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А. П. Карасев. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 323 с.

3. Сафронова Н. Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие для бакалавров / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – М. : Дашков и К, 2015. – 296 с.

© Н. Н. Муравьева, М. З. Абдулаев, В. С. Каратеев

УДК 338

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В РАЗВИТИИ СУДОСТРОИТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

DIGITAL ECONOMY IN THE DEVELOPMENT OF THE SHIPBUILDING CLUSTER OF THE ARCTIC ZONE

Осипова Е. Э., к. э. н., доцент

ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова», г. Архангельск

E. E. Osipova,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Northern (Arctic) Federal University named after
M. V. Lomonosov, Arkhangelsk

Аннотация

В данной публикации рассматриваются актуальные вопросы применения цифровизации, цифровой экономики в развитии судостроительного кластера. На сегодняшний день существуют стратегически важные проекты, связанные с логистическими системами Северного морского пути, а, следовательно, и развития Арктической зоны, что невозможно без применения «цифровой верфи».

Annotation

This publication discusses topical issues of the application of digitalization, digital economy in the development of the shipbuilding cluster. To date, there are strategically important projects related to the logistics systems of the Northern Sea Route, and therefore the development of the Arctic zone, which is not possible without the use of a "digital shipyard".

Ключевые слова: цифровая экономика, арктическая зона, судостроение, кластер, северный морской путь, логистика, цифровизация.

Keywords: digital economy, arctic zone, shipbuilding, cluster, northern sea route, logistics, digitalization.

Введение. Цифровая экономика ведет к цифровому изменению во всех отраслях и судостроительная отрасль не исключение. Стоимость цифровых проектов исчисляются миллионами долларов, а если говорить о результатах, внедренных или внедряемых проектов в стратегической составляющей – это экономия миллиардов. Рассмотрим Российский судостроительный кластер – на сегодняшний день он идет в ногу со всем миром по внедрению цифровой экономики: на большинстве верфей судостроительного кластера процесс цифровизации запущен, а на некоторых уже реализуют концепцию цифровых изменений в работе, что напрямую связано с развитием Арктики.

Так «в 2019 году Госкорпорация «Росатом» инициировала развитие проекта «Северный морской транзитный коридор». Цель проекта – новый цифровой проект на международном рынке логистического сервиса по доставке грузов между Северо-Западной Европой и Восточной Азией через Северный морской путь» [4]. Работа создаваемой цифровой логистической системы рассчитана не только на российскую экономику, но и на мировую цифровую экономику. Преимущества данной системы – совершенствование судостроительного кластера, организация и развитие международных транзитных морских грузоперевозок на базе северного морского пути и как следствие цифровизация и развитие Арктической зоны по современным мировым сценариям.

Создание логистической системы Северного морского транзитного коридора – комплексный высокотехнологичный проект, который требует объединение научно-технического потенциала и взаимодействия на всех межотраслевых уровнях. Для развития проекта предполагается использовать передовые цифровые технологии мирового уровня, их применение позволит снизить затраты, сроки разработки проекта, провести полевые испытания и создать проект конкурентоспособного превосходства на основе бизнес-модели обновленного типа, включающей в себя кибер-цифровую платформу.

Цель исследования. Влияние цифровой экономики на развитие судостроительного кластера в условиях Арктической зоны.

Результаты исследования. Стратегическое развитие Арктической зоны России рассчитано до 2035 года. Данная стратегия должна улучшить качество жизни населения Русской Арктики, а это в целом примерно 2,5 млн человек, дать значительный скачок экономики региона, развитие транспортного коридора логистической системы в виде Северного морского пути. Однако эксперты «X Международного форума «Арктика: настоящее и будущее» уверены: без ИКТ-инфраструктуры добиться серьезных улучшений не получится» [3].

Для того, чтобы понять, как процессы цифровой экономики влияют на развитие судостроительного кластера, необходимо понять, что такое цифровизация в целом.

«Цифровизация – первоочередная тенденция развития мирового судостроения и судоходства, меняющая саму природу этих отраслей – как коммерческую, так и техническую» [6]. Если рассматривать суть цифровизации и ее влияния на судостроительный кластер, то это в первую очередь новая структура судостроительных рынков, работ отраслей судостроения. Для ответа на вопрос «Что такое цифровизация судоходства и как она влияет на его развитие», необходимо понимать структуру и свойства судостроительного кластера, т. е. само по себе судно – перестает быть главной ценностью и становится одним из звеньев источников услуг. Следовательно – главное логистическое звено создается за пределами судна.

Если рассматривать отрасль мирового судостроения, то процессы цифровизации протекают одновременно с их развитием, а, следовательно, отсутствие элементов обновленной экономики в виде цифровизации непосредственно приведет либо к снижению конкурентоспособности производимой продукции, либо к ее полному отсутствию.

Из статистики, на сегодняшний день «больше 70 % российских судостроительных предприятий и КБ используют автоматизированные системы планирования, учета и контроля работ, наиболее продвинутые используют 3D-проектирование, электронные информационные модели, создают мобильные центры сопровождения заказов с удаленным доступом» [5].

На заводах, входящих в судостроительный кластер, активно реализуется программа цифровизации производственного процесса, т. е. разработаны и внедрены модели цифровизации строящихся кораблей и судов, цеха оснащены современной компьютерной техникой, организовано единое информационное пространство с проектантами. Инженеры и проектировщики применяют сервисы, работающих на основе 3D моделей, что позволяет решать ряд оперативных вопросов производства и осуществлять обмен и передачу информацией в электронном формате.

«Среди российских судостроительных предприятий о внедрении концепции цифровой верфи заявили Онежский судостроительно-судоремонтный завод (Росморпорт) и Средне-Невский судостроительный завод (ОСК). Бюджет пилотной концепции ОСК «цифровой верфи» на три года составляет 600 млн рублей. И после его полного финансирования Объединенная судостроительная корпорация начнет внедрение «цифровой верфи» на остальных предприятиях судостроительного кластера.

Положительный опыт внедрения «цифровой верфи» будет использован при импортозамещении всех видов судов ледокольного класса для освоения запасов Арктики и Дальнего Востока России и применен в «каботажных перевозках» [1; 3].

Не стоит оставлять без внимания судостроительный кластер Архангельской области, который был создан в 2012 году для освоения стратегически важных проектов развития Русской Арктики.

На сегодняшний день в Архангельской области подходит к завершению процесс проектирования пассажирских судов ледового класса, которых не хватает

северным регионам. Экономическая активность и внедрение цифровой экономика в Арктической зоне дала толчок развития не только гражданского судостроения, но и военной оставляющей. Отечественные верфи загружены заказами для Севера – от краболовов до ледоколов. Но в основном они предназначены для обслуживания Северного морского пути добывающей и рыбной промышленности.

Цифровизация судостроительного кластера решает вопрос применения современного информационного моделирования маршрута Северного морского пути, проектирования звеньев логистической системы.

При применении «цифровой верфи» контейнеровозы для Северного морского транзитного коридора будут инновационными судами будущего для эксплуатации их в акватории Северного морского пути в соответствии с высокими эко-требованиями судоходства в Арктике. Также применять будут современные энергетические установки и методы информационного моделирования их строительства.

Проект Северного морского транзитного коридора интересен в первую очередь тем, что это первый крупнейший проект в России, создаваемый на базе цифровизации. Таким образом, заявленный проект станет действенным геополитическим инструментом, который может помочь в выстраивании международной повестки РФ в Арктической зоне. Все выше озвученное отражается в подписанном Президентом России 5 марта стратегическом документе «Указ № 164 «Об основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года», в котором развитие Северного морского пути в качестве конкурентоспособной на мировом рынке национальной транспортной коммуникации Российской Федерации входит в перечень основных национальных интересов Российской Федерации в Арктике.

Вывод. Использование методов цифровизации проектирования и моделирования требует от всех участников мегапроекта работы в рамках новой цифровой трансформации, что приведет к единству стратегии цифрового моделирования, а на будущее и создание центра цифрового моделирования, бизнес-моделирования, как ключа к созданию технически сложных бизнес-систем конкурентного превосходства судостроительного кластера в условиях Арктической зоны и не только.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Осипова Е.Э., Смирнов С.В., Хаирова Т.А. Предпосылки развития экспорта российской Арктики, каботажных перевозок и проектных грузов для арктических проектов // Арктика и Север. – 2019. – № 37. – С. 5–21.

2. Объединенная судостроительная корпорация. – URL: <https://www.aosk.ru/> (дата обращения: 09.10.2021).

3. X Международный форум «Арктика: настоящее и будущее». – URL: <http://www.forumarctic.com/conf2020/> (дата обращения: 09.10.2021).

4. Экспертная сессия по проекту «Северный морской транзитный коридор». – URL: https://www.spbstu.ru/media/news/nauka_i_innovatsii/alexey-borovkov-expert-session-northern-sea-transit-corridor-project/ (дата обращения: 09.10.2021).

5. «Цифровая экономика». Приложение к газете «Коммерсант С-Петербург» № 208 от 13.11.2019.

6. Цифровизация в судостроении: как «цифра» меняет рынок. – URL: <https://cpr-pro.ru/library/strategi/tendencii/cyfra-sudostroenie/> (дата обращения: 09.10.2021).

© Е. Э. Осипова

УДК 331.526:331.102

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ САМОЗАНЯТОСТИ В РОССИИ¹

PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF SELF-EMPLOYMENT IN RUSSIA

Плотников А. В., к. э. н., доцент
Брагина Д. С., обучающаяся
ФГАОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический университет»,
г. Пермь

A. V. Plotnikov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
D. S. Bragina, student, Humanitarian Faculty,
PNRPU, Perm

Аннотация

В работе рассматриваются предпосылки изменения структуры рынка труда, появление самозанятости, актуальность этого явления. Самозанятость позволяет пополнять бюджет субъекта РФ, в котором зарегистрирован самозанятый, развивать предпринимательские инициативы, а также удовлетворять частные нужды населения.

Annotation

The paper considers the prerequisites for changing the structure of the labor market, the emergence of self-employment, the relevance of this phenomenon. Self-employment allows you to replenish the region budget of the Russian Federation, in which the self-employed has been registered, to develop entrepreneurial initiatives, as well as to meet the private needs of the population.

Ключевые слова: фриланс, фрилансер, самозанятость, самозанятый, рынок труда.

Keywords: freelance, freelancer, self-employment, self-employed, labor market.

Введение. Наблюдая нынешнюю окружающую действительность, трудно не отметить трансформацию рынка труда нашей страны. Правительство умеет работать в режиме определенной внешней изоляции, не говоря уже о поистине экстраординарной обстановке из-за пандемии COVID-19 в последние два года. Так почему же именно сегодня так много внимания уделяется тому сегменту рынка труда, где трудятся самозанятые и фрилансеры? Как совершенно справедливо замечают М. А. Енгисаев и У. И. Малева в своей работе [2],

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 20-78-00100)

самозанятые граждане интересуют государство достаточно давно. Малое и среднее предпринимательство в нашей стране получило «вторую жизнь» уже в перестроечные времена. До этого, как мы помним, с 50-х и до конца 80-х годов XX века такая трудовая деятельность была практически запрещена, кроме отдельных видов и в отдельных районах Советского Союза. В остальном же наказание за это могло быть достаточно строгим, вплоть до тюремного заключения. Поэтому согласимся с авторами, что Закон РСФСР от 25.12.1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности» и Закон РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 года были отправными точками для появления той категории работников, которых мы сейчас называем фрилансерами и самозанятыми.

Цель исследования. На основе различных источников обобщить предпосылки развития самозанятости в России.

Результаты исследования. Самозанятость как экономическое и социальное явление совершенно оправдано, ибо одними фабриками и заводами государство жить не может. Необходимо удовлетворять некрупные нужды отдельного человека. Поэтому существует потребность в таких работниках, как таксисты, няни, репетиторы, портные, парикмахеры, специалисты в сфере компьютерных технологий и т. п. Кроме того, нам как государству нужны доходы в виде налогов, взимаемых с этой категории работающих граждан. Е. А. Чебанова в своей работе [6] подчеркивает актуальность и своевременность внедрения эксперимента по легализации самозанятых и предоставления им специальных финансовых льгот. В современной экономической ситуации, осложненной пандемией и западными санкциями, именно самозанятые, пожалуй, находятся в наиболее выигрышной ситуации, ведь их средства производства – это их знания и навыки, которые неотторжимо находятся при них. И тут мы снова согласимся с автором в том, что любой работник – налогоплательщик. Тем более, что платить налоги не право, а обязанность, согласно Конституции РФ. Отметим также, что доходы, полученные от уплаты налогов самозанятых, идут в первую очередь в бюджет субъекта РФ (63 % [1]), где самозанятый зарегистрирован. Это представляется очень важным и правильным, ибо ситуация в регионах России разная. Таким образом, спецрежим налога на профессиональную деятельность (НПД) – существенный драйвер развития именно местной экономики.

Однако необходимо отметить, что, несмотря на экономическую и социальную привлекательность (во всяком случае – с точки зрения государства), за 2020 и 2021 годы огромного стремительного скачка в развитии легализации так и не произошло. Те 650 тыс. человек, зарегистрировавшихся по словам Президента РФ в 2020 году, лишь капля в море по сравнению с оценками рынка труда фриланса в размере от 12 млн до 25 млн человек (по разным оценкам).

В эпоху цифровизации возможности ФНС почти безграничны. Но, несмотря на ее усилия, «теневики» меньше не становится. Тут нельзя не согласиться с М. А. Енгисаевым и У. И. Малевой, что не очень понятны механизмы поиска скрывающих свою деятельность и доход граждан. Авторы совершенно справедливо солидарны с другими исследователями, в частности с А. П. Киреенко, М. О. Климова [3], в возможностях уйти от оплаты налогов путем маскировки своей деятельности как «бесплатно консультативной», а доходы – как «добровольно жертвуемые».

Резюмируя вышесказанное, отметим, что в современном мире, совершившем скачок от индустриального к постиндустриальному обществу, развитие прекариата является основной проблемой на рынке труда. Возник новый тип отношений – фриланс, его особенности нам еще предстоит изучить. Пока же мы наблюдаем картину взаимодействия граждан и государственного административно-налогового аппарата, которая напоминает известное изречение К. Маркса о невозможности жить в обществе и одновременно быть свободным от него. У нас в стране, где всегда существует «свой путь», возникает вечная дилемма, как справедливо и чуть едко подмечает М. И. Лесовская [4]. Автор отмечает, что, несмотря на льготы и спецрежимы, отдельная категория граждан противопоставляет свои мотивы налоговому законодательству. Социологические опросы, проведенные в разных регионах и среди различных возрастных групп, выявили менее 1/3 вставших на учет в ФНС по новым правилам. Понятно, что эти опросы затрагивали ограниченное количество респондентов, да и проводились в центральных регионах, однако это показательно. Граждане, работающие «на себя», пока не спешат выходить «из тени» и делиться своими доходами с государством.

Создавшееся положение вызывает определенную обеспокоенность, ведь правительство предложило достаточное количество финансовых инструментов для регулирования деятельности фрилансеров и самозанятых. Подробно и обстоятельно все правовые и налоговые вопросы в сфере этой деятельности прописаны, как уже говорилось, в 422-ФЗ от 27.11.2018 г., однако более просто и доходчиво проблематика самозанятости отражена в статье М. Р. Самитова [5]. Автор очень подробно останавливается на нюансах спецрежима налога на профессиональный доход (НПД), в частности описан механизм работы самозанятых с физическими и юридическими лицами – важной теме, ибо ставка НПД (4 % или 6 %) как раз и зависит от юридического статуса контрагента. Автор простыми словами объясняет и частые вопросы, связанные со схожестью и различиями самозанятых, ИП, а также приводит ссылки на актуальные Руководящие документы Правительства, ЦБ РФ и ФНС России.

Изучая все эти механизмы и инструменты, мы, возвращаясь к теме нашей работы об отличиях самозанятых как формы налогового режима от фрилансеров, должны отметить, что самозанятые – лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность в разрешенных сферах, не имеющие наемных работников, являются частью созданной в последнее время парадигмы прекариата, т. е. свободных независимых трудовых отношений, того же фриланса.

Представляется, что в современных тенденциях изоляционизма и роста безработицы, фриланс как гибкая рыночная система будет только развиваться. И судя по всему, в легальном сегменте фриланса большое оживление нас ждет именно из-за специального налогового режима для самозанятых. Об этом говорит значительное количество переходов из ИП в самозанятые. Сейчас точной статистики пока нет, но общественное мнение среди фрилансеров, ранее оформивших себя как ИП, явно об этом говорит: действительно выгодно платить налог только с реальной прибыли, а не по факту регистрации в ИФНС, кроме того, сама процедура регистрации самозанятого упрощена донельзя. Приятно, когда твой бухгалтер – смартфон. Не нужны кассы, бумаги, чеки и все прочее, что обычно представляло трудности для наших доморощенных бизнесменов.

Лишаются наши самозанятые и такой «радости», как посещение налоговой, теперь все процессы происходят удаленно.

Выводы. Подытоживая эту тему, хочется сказать, что новый налоговый режим, созданный для категории самозанятых, представляется прогрессивным и действенным в современной обстановке. Главным является способность и желание граждан поверить государству и реализовать не только свое право на труд, но обязанность честно платить налоги, ведь в конечном счете они так или иначе работают на свою страну.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ, Ст. 56 и 146.
2. Енгисаев М. А. Налогообложение самозанятых в России: на благо обществу или государству? / М. А. Енгисаев, У. И. Малёва // Ученые записки Тамбовского отделения РоСМУ. – 2019. – № 15. – С. 37–46.
3. Киреенко А. П. Самозанятость населения и теневой рынок труда в России / А. П. Киреенко, М. О. Климова // Проблемы экономики. – 2012. – № 3. – С. 8–14.
4. Лесовская М. И. Дилемма легализации самозанятых / М. И. Лесовская // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2019. – № 1 (11). – С. 94–108.
5. Самитов М. Р. Самозанятые / М. Р. Самитов // Оценка инвестиций. – 2020. – № 1 (15). – С. 46–55.
6. Чебанова Е. А. Актуальные правовые и практические вопросы внедренного специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» / Е. А. Чебанова // Закон и право. – 2020. – № 1. – С. 58-62. – doi: 10.24411/2073-3313-2020-10013.

© А. В. Плотников, Д. С. Брагина

УДК 336.7

БЕСКОНТАКТНЫЕ NFC И QR ТЕХНОЛОГИИ

CONTACTLESS NFC AND QR TECHNOLOGIES

Прядко И. А., к. э. н., доцент

Беркович Н. Д.,

обучающийся группы 20УП-38.03.02.01-01

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,

г. Ростов-на-Дону

I. A. Pryadko,

Candidate of Economics, Associate Professor

N. D. Berkovich, student gr. 20UP-38.03.02.01-01

Southern Federal University, Rostov-on-don

Аннотация

В статье описываются особенности бесконтактных банковских услуг, рассматриваются основные технологические характеристики и принципы действия, а также возможности, перспективы и преимущества применения современных технологий в различных сферах общественной жизни, в том числе и в финансовой. Выявляются

перспективы развития бесконтактных платежей, как одного из самых востребованных направлений на рынке, с использованием QR и NFC технологий, обеспечивающих удобство, быстроту и безопасность осуществления финансовых операций.

Annotation

The article describes the features of contactless banking services, discusses the main technological characteristics and principles of operation, as well as the possibilities, prospects and advantages of using modern technologies in various spheres of public life, including financial. The prospects for the development of contactless payments, as one of the most popular areas on the market, using QR and NFC technologies that provide convenience, speed and security of financial transactions are revealed.

Ключевые слова: бесконтактные платежи, безопасность, NFC-технологии, QR-платежи, технологии.

Keywords contactless: payments, security, NFC technologies, QR payments, technologies.

Введение. На современном этапе развития общества термин «цифровая экономика», под которым понимают систему экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно коммуникационных технологий, все прочнее внедряется во все сферы общественной жизни. Это не могло не затронуть сферу финансов, в том числе и область цифровизации торговых операций.

На данном этапе расширение клиентской базы любой организации напрямую зависит от применения инновационных технологий, скорости их внедрения, обеспечения удобства, быстроты и безопасности осуществления финансовых операций. Одним из таких нововведений стали технологии NFC и QR.

Цель исследования. Определить наиболее успешную модель использования бесконтактных платежей с учетом нестабильности современной мировой экономики.

Результаты исследования. За многие годы создатели цифровых платежей преодолели множество сложностей, чтобы внедрить бесконтактные системы платежей в повседневную жизнь. Будь то Samsung, Google или Apple, всем им приходилось преодолевать аналогичные препятствия – потребители неохотно принимали технологию, в которой не было достаточного количества продавцов, из-за чего процесс развития замедлялся.

Однако, пандемия COVID-19 сильно повлияла на распространение бесконтактных платежных систем, и в целом на развитие цифровых технологий. Ввиду страха болезни потребители вместо стандартной оплаты наличными средствами стали выбирать более безопасные способы безналичной оплаты. Так все более растущий спрос на бесконтактные платежи, заставил всех владельцев бизнесов ускорить темпы внедрения новых технологий. Это поставило банки и компании, принимающие активное участие в развитии сфер бесконтактных платежей, перед непростой задачей – необходимо быстро принимать решения о том, в какие цифровые технологии инвестировать, и развивать в дальнейшем. В то время, как ранее считалось, что данные технологии требуют изучения в течение более длительного периода времени, нынешняя реальность такова, что эти решения навязываются обществам незамедлительно, а по причине того, что банки

оплачивают комиссию за каждую покупку при помощи сервиса Apple Pay (в США она составляет 0,15% за каждую транзакцию, в России – по дебетовым картам – 0,05 %, по кредитным – 0,12 %, помимо этого, банк платит 45 рублей в год за каждую карту, подключенную к сервису), необходимо во избежание лишних трат рассмотреть все соответствующие элементы бесконтактных платежей, чтобы изучить лучшую модель институциональной поддержки. Рассмотрим общие тенденции роста сферы бесконтактных платежей [1]:

1. Безопасность. Физическая безопасность от вирусной инфекции за счет избегания прикосновения к оборудованию при производстве оплаты или обеспечения безопасного расстояния от других людей, является основным фактором на сегодняшний день. Это подчеркивалось многими эпидемиологами в качестве основного требования для ведения бизнеса. Следовательно, любая технология, которая будет внедрена в краткосрочной перспективе, должна в той или иной форме повысить безопасность потребителей.

2. Кибербезопасность. Одним из первых преимуществ, заявленных производителями технологии бесконтактных платежей, был аспект безопасности данных, связанный непосредственно с осуществлением транзакций. Например, вместо обмена фактическим номером кредитной карты выполняется замена конфиденциального элемента данных на не конфиденциальный эквивалент, называемый токеном. Когда пользователь добавляет карту в мобильный кошелек, формирует криптограмму с зашифрованными данными карты и цифровой подписью, а затем отправляет ее в банк. Там криптограмма расшифровывается и происходит токенизация. Токенизация – это формирование номера DPAN, который представляет собой синоним оригинальной карты, уникальный для каждого физического устройства. Даже при перехвате токен не может быть использован вне этой транзакции, исходя из этого, такой подход считается наиболее безопасным [3].

В целом подход к обеспечению безопасности с использованием токенизации был выбран для многих типов бесконтактных платежных систем, включая чипы карт на основе NFC, цифровые платежи, такие как Apple Pay, Google Pay или Samsung Pay. В России два первых платежных сервиса появились в 2016 году, а третий – летом 2017 года [2]. Однако для QR-платежей использование технологии токенизации должно быть пересмотрено, поскольку в настоящее время не существует стандартов, которые бы последовательно регулировали ее использование.

3. Удобство. Удобство – одно из основных преимуществ систем бесконтактных платежей, которые больше всего привлекают пользователей. Например, возможность иметь множество способов оплаты на мобильном устройстве, которое стало неотъемлемым атрибутом современного человека, значительно повышает привлекательность использования NFC технологии, по сравнению с операциями с наличными средствами.

Таким образом, при оценке конкретной технологии бесконтактных платежей в долгосрочной перспективе следует подчеркнуть аспект удобства. Так как этот фактор является основным и не зависит от влияния внешних факторов.

Категории бесконтактных платежей.

Когда мы говорим о бесконтактных платежных системах, мы обычно имеем в виду любую платежную технологию, которая может инициировать платежную

транзакцию в физическом пространстве при непосредственном присутствии пользователя, но без прямого контакта с торговым оборудованием. Таким образом, мы можем исключить онлайн-транзакции и транзакции электронной коммерции для данной категории.

Мы сосредоточимся на двух основных бесконтактных технологиях, NFC и QR-платежах. Существуют также и другие технологии бесконтактных платежей, однако они не получили широкого распространения, поэтому рассмотрим только основные из них.

1. NFC платежи. Платежи по технологии Near Field Communication (NFC) являются самой ранней формой бесконтактных платежей, нашедшей признание в широких кругах. Суть данной технологии базируется на передаче радиосигналов, между двумя устройствами, при этом, NFC-чипами оснащают как смартфоны, планшеты, фитнес-браслеты, так и платежные терминалы. Для того, чтобы операция прошла успешно, считыватель (запросчик), и отправитель (метка) должны находиться в пределах 4 см для инициирования транзакции.

Однако сигналы NFC пока еще не стандартизированы, и, например, в Японии используются стандарты отличные от европейских.

Платежи NFC уже давно зарекомендовали себя в России и на развитых западных рынках, где население уже давно знакомо с технологией использования банковских карт. Однако в странах, где банковская система развилась позже и платежи с помощью банковских карт не были распространены, платежи NFC практически не актуальны.

Таким образом, сегодня рынок NFC в основном сосредоточен в Европе, России, Японии и США.

Для применения NFC требуется оборудование со стороны продавца и потребителя. Принимая во внимание, что сегодня глобальный рынок бесконтактных терминалов для продажи (POS), согласно исследованиям, проведенным Technavio, в 2020-2024 годах вырастет на 5,54 миллиарда долларов, увеличившись в среднем на 16 % в течение прогнозируемого периода [4]. Однако в условиях пандемии скорость активации системы стала ключевым критерием для выбора технологии. В этом контексте поставка оборудования, настройка POS-систем и тестирование подключения замедляют начало использования, следовательно, и потенциальный доход.

2. QR-платежи. Рассмотрим альтернативный вариант возможности проведения бесконтактных платежей, QR-коды. Пользователь сканирует QR-код с помощью смартфона и, затем само устройство считывает штрих-код, и открывает доступ к соответствующему веб-сайту, приложению или к процессу совершения оплаты. Как и с помощью NFC технологии, это можно сделать очень быстро без какого-либо контакта между смартфоном (считывателем) и терминалом с помощью обычного QR-кода. Сами по себе QR-коды неизменяемы, что означает, неизменность их содержимого. Однако, на сегодняшний день, уже существуют динамические смарт QR-коды, которые в случае изменения работы бизнеса, например, создание нового веб-сайта, могут, не изменяя своего физического вида, перенаправлять пользователя по уже измененной ссылке. То есть, пропадает необходимость заново создавать множественные копии физического носителя, а это может оказаться достаточно затратно, в зависимости от масштаба бизнеса.

QR-коды получили широкое распространение на рынках, где доступ к банковским услугам был в той или иной форме ограничен правительственными или силами рынка. Процесс QR-оплаты во многих странах также является примером перехода к прямым цифровым платежам, минуя большую часть банковской системы для транзакций покупки. Особенно когда платежные системы QR подключены к мобильным кошелькам, поставщик кошелька обрабатывает все этапы транзакций в системе самостоятельно, тем самым, создавая простоту в использовании и внедрении данной технологии. Система QR-платежей обрела наибольшую популярность в основном на рынках Китая, где «AliPay» и «WeChat pay» охватывают доминирующие доли рынка. Но с появлением COVID и преимуществами в скорости внедрения и стоимости, на других нетрадиционных для данной технологии рынках, таких как ЕС и США, также наблюдается резкое увеличение использования QR-платежей.

Для начала использования QR технологии в бизнесе, его владельцу необходимо лишь распечатать данный, уже готовый код, что требует гораздо меньше затрат и усилий, по сравнению с NFC технологией, т. к. не требуется интеграция ни в какие в банковские системы, а для совершения платежа потребителю достаточно иметь при себе обычный смартфон.

Другие бесконтактные опции.

Ещё можно рассмотреть возможности проведения бесконтактных платежей через виртуальную оплату – это специальная банковская платёжная карта, предназначенная для платежей в Интернете. Представляет собой данные реквизитов банковской карты, необходимые для осуществления оплаты на интернет-сайтах. Виртуальная карта, как правило, выпускается без физического носителя, только в электронном виде. Однако банк-эмитент может изготавливать для клиентов пластиковые карты с нанесёнными на них реквизитами виртуальных карт. На таких картах отсутствуют некоторые атрибуты обычных банковских карт: магнитная полоса или чип, голограмма, подпись держателя. Это не позволяет использовать виртуальные карты для оплаты покупок в обычных магазинах или для снятия наличных в банкомате.

Существуют и другие технологии бесконтактных платежей, которые в настоящее время конкурируют за внимание рынка и могут быть сгруппированы в отдельные биометрические и технологические группы. Биометрическая группа включает в себя такие опции, как платежи на основе распознавания голоса, лица или ладони, в то время как технологическая группа разделяется на две основные категории: Bluetooth и технологии типа Farfield, основанной на электромагнитных излучениях.

Ни один из них пока не смог завоевать достаточной доли рынка и не обладает преимуществами в плане исполнения или безопасности, которые могли бы сделать их более конкурентоспособными на фоне крупных участников рынка. Аналогичным образом, нет никаких преимуществ для пользователей, которые способствовали бы распространению этих технологий на основе потребительского спроса.

Выводы. Исходя из вышеизложенных фактов, можно сделать вывод, что в современных реалиях только технологии NFC и QR имеют шанс надолго закрепиться в системе современного рынка. Так какая из них все же больше

заслуживает поддержки и внимания со стороны как потребителей, так и всего финансового мира в целом.

Каждый метод бесконтактной оплаты имеет свои преимущества и недостатки. NFC может быть номинально быстрее в использовании для потребителей и выгоднее для банков, но QR-коды в настоящее время выходят на более широкий рынок, поскольку их может считывать больше телефонов, чем те, которые могут считывать метки NFC, так как для считывания QR кода на устройстве необходимо иметь только камеру. Применение рассмотренных моделей бесконтактных платежей положительно влияют для физических лиц на оказание банковских платежных услуг, при этом не затрачивая много времени при проведении операций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Макаров В. В. Использование технологии NFC для совершенствования мобильных платежей // Инновационная наука. – 2017. – № 02–1. – С. 209–211.

2. Обзор NFC. Официальный сайт М.Видео [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mvideo.ru/obzor-nfc> (дата обращения: 01.10.2021).

3. Banki.ru. iPhone против мошенников [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=7086536> (дата обращения 01.10.2021).

4. Technavio. Contactless PoS Terminals Market by End-user and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.technavio.com/report/contactless-pos-terminals-market-industry-analysis> (дата обращения: 01.10.2021).

© И. А. Прядко, Н. Б. Беркович

УДК 339.13

РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

DEVELOPMENT OF BUSINESS MODELS IN THE ENTREPRENEURIAL INTERNET ENVIRONMENT

Рыбников А. М., к. э. н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A. M. Rybnikov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье обобщены основные виды бизнес-моделей в предпринимательской интернет-среде. Исследованы их особенности и выделены основные преимущества и недостатки. Сформированы предложения по дальнейшему эффективному развитию цифрового предпринимательства.

Annotation

The article summarizes the main types of business models in the entrepreneurial Internet environment. Their features are investigated and the main advantages and disadvantages are highlighted. Proposals for the further effective development of digital entrepreneurship have been formed.

Ключевые слова: цифровое предпринимательство; бизнес-модели; электронная коммерция; интернет-бизнес; цифровая экономика.

Keywords: entrepreneurship; business models; e-commerce; internet business; digital economy.

Введение. В условиях турбулентной и глобальной внешней среды формирование гибких и адаптивных бизнес-моделей становится возможным с использованием информационных технологий. Современные информационные технологии влияют на различные составляющие экономических систем на различных уровнях. Благодаря появлению Интернета становится необходимым выявление ключевых особенностей влияния современных информационно-коммуникационных технологий на динамику актуальных форматов ведения предпринимательской деятельности. Данные технологии позволяют предпринимателям и предприятиям выделить новые типы бизнес-моделей, основанные на новых каналах сбыта, ключевых ресурсах и ценностных предложениях.

Целью исследования является обобщение теоретических аспектов формирования бизнес-моделей в цифровом предпринимательстве, выявление их преимуществ и недостатков, а также формирование предложений по эффективному развитию предпринимательской интернет-среды.

Результаты исследования. С прогрессирующим ростом информационных технологий, развитием электронной коммерции, увеличением спроса на электронные товары и услуги, возникла потребность в новых видах бизнес-моделей, которые способны удовлетворить потребности компаний и граждан, основанные на цифровых технологиях и использовании сети интернет.

Интернет является одним из наиболее развивающихся сегментов в мире. Однако этот сектор еще находится в стадии становления и развития, оставляя, таким образом, возможность роста доходности интернет-компаний на уровне около 50-60 % в год. Усиление роли интернет-компаний в сегменте цифровой экономики, растущий интерес к их деятельности со стороны государств и бизнеса, наличие высокого потенциала развития обуславливают особую актуальность вопросов исследования основных бизнес-моделей интернет-компаний и источников их доходов [1].

Классификация электронной коммерции предполагает следующие её основные виды. Первый – это модель B2B (бизнес-бизнес), которая является самой распространенной и заключается во взаимодействии одного предприятия с другим. Присутствие прямого потребителя исключается. Чаще всего, предметом коммерции являются поставки сырья, комплектующих, оборудования и тому подобное. С помощью электронных заявок можно заказать услуги, например, аудиторские, брокерские, консалтинговые компании. Так же к электронной

коммерции по модели В2В относятся услуги кредитных организаций для юридических лиц.

Второй – это модель В2С (бизнес-потребитель), суть которой заключается в осуществлении электронной розничной торговли с помощью интернет-магазинов, интернет-аукционов, онлайн-кредитов, онлайн-курсов и тому подобное. Схема В2С выгодна потребителям, поскольку упрощает и ускоряет процесс покупки. Клиенты могут приобрести товар либо услугу в любое время, находясь в любом месте. Для этого им необходимо на сайте либо в мобильном приложении поставщика товаров или услуг оформить заказ, введя персональные данные, адрес доставки и тому подобное.

К менее распространенным следует отнести модель С2В (потребитель-бизнес), в которой пользователь выступает в роли продавца, а бизнес – в роли покупателя. Одним из примеров данной модели интернет-ресурс по сбору персональных данных, где потребитель регистрируется на сайте и вводит максимальное количество своих персональных данных. Компания платит за право использовать их персональные данные.

Третий вид – это модель С2С (потребитель-потребитель) ориентирована на коммерческую взаимодействие между потребителями, которые не являются предпринимателями, и осуществляется с помощью интернет-аукционов, различных сайтов обмена, интернет-площадок типа «досок бесплатных объявлений», например, всем известный портал avito.ru.

Аренда программного обеспечения – направление в электронной коммерции, характеризуется использованием любых компонентов программного обеспечения, и предусматривает взимание платы за их использование. Направление получило распространение благодаря Java-технологиям, которые используются повсюду [2].

Одним из новых и значимых достижений в развитии бизнес-моделей предпринимательства в интернете стала модель М-Commerce (мобильная коммерция), возникшая в результате стремительного использования мобильного интернета. Фактически, большинство интернет-пользователей пользуются мобильными гаджетами, что коррелирует с ростом мобильной коммерции.

Другим новым направлением в развитии бизнес-моделей интернет-предпринимательства является F-Commerce, или Фейсбук-коммерция. Рост спроса в пользовании социальными сетями, которые используют более чем 4,2 миллиарда пользователей по всему миру, повлияло на развитие электронной коммерции и тому подобное [4]. Крупнейшая социальная сеть Фейсбук может в дальнейшем поддерживать своих пользователей на сайте, предлагая платформу для покупки и продажи товаров и услуг. Результатом стала Фейсбук-коммерция. Подобно мобильной коммерции, Фейсбук-коммерция может быть частью других бизнес-моделей, таких как В2В или В2С. Фейсбук-коммерция пока не имеет такого же размера рынка, как другие бизнес-модели, однако – это пространство, в котором компании электронной коммерции всегда стремятся к расширению.

Итак, суммируя и опираясь на анализ деятельности крупнейших мировых интернет-компаний, можно выделить их характерные черты: наличие новых интеллектуальных факторов и творческих идей обработки информации; осуществление операций на основе электронной сети данных; определяющая роль информационного продукта; наличие бизнес-идеи, что обеспечивает

конкурентные преимущества по сравнению со сферой материального производства; использование интернет-сайтов как средство передачи необходимой информации, в следствии отсутствие существенных барьеров для входа на рынок; доступ к пользователям ограничен только размером электронной сети; высокая степень анонимности пользователей.

Электронные магазины, которые становятся все более популярными, представляют собой сайты, на которых размещен перечень товаров и услуг, а также средство оплаты: номер кредитной пластиковой карты, номер телефона, электронный кошелек и другое. Получить товар возможно несколькими способами: по почте, службой доставки, по электронной почте. Таким образом, субъекты цифрового предпринимательства в России используют различные бизнес-модели, самые распространенные из которых приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Распространенные бизнес-модели субъектов цифрового предпринимательства в России

Тип бизнес-модели	Сущность	Модель прибыли	Компании
B2C; B2B	Продажа товаров собственного производства через собственный сайт	Производитель	zdphiolent.ru; silartos.ru
B2C; B2B; C2C	Сайт, на котором частные лица или фирмы размещают рекламные предложения товаров или услуг	Посредник	begeton.com; kupipro dai.ru
B2C; B2B	Продажа через интернет товаров, закупленных у разных производителей, от своего имени по своим ценам, преимущественно из собственных товарных запасов	Торговая Рекламная	metro-cc.ru; indicator.com.ru
B2C; B2B	Интернет-платформа для контактирования и реализации транзакций между продавцами и покупателями с установлением правил реализации транзакций и выполнением отдельных элементов транзакции	Посредническая (комиссия за транзакции) Плата за использование платформы	wildberries.ru; onlinetrade.ru
B2C; B2B; C2C	Платформа для контактирования продавцов и покупателей услуг, преимущественно временных, с предоставлением на определенное время определенного имущества в пользование или без такого предоставления	Плата за использование платформы Подписки Посредник	shark-taxi.ru; youdo.com

Источник: составлено автором по материалам [3].

В последние годы приоритетные направления деятельности интернет-компаний сосредоточены в таких основных сферах:

- создание программных и аппаратных компонентов и их распространение через глобальную сеть Интернет и увеличение потенциала его использования;
- предоставление пользователям информационных продуктов;

– продажа с помощью сети Интернет продукции как собственного производства, так и других производителей;

– создание социальных групп в сети Интернет, которые объединяют пользователей коммуникационных сетей.

Данные направления деятельности обусловили диверсификацию таких типов информационного продукта, как: сведения о новых возможностях использования сети; общий информационный контент; информационный контент, содержащий характеристики реализуемых товаров собственного производства и других производителей; персональная информация и сведения об интересах аудитории компании.

Таким образом, в зависимости от типа предоставляемого информационного продукта можно выделить следующие основные направления в предпринимательской интернет-среде:

– разработчики: интернет-компании, которые производят различные программные и цифровые продукты, реализуемые посредством Интернета;

– контент-компании: фирмы, которые поставляют клиентам нужную информацию, сведения, различные данные;

– интернет-магазины: интернет-компании, прямо или косвенно занимающиеся оптовой и розничной торговлей товарами и услугами в Интернете;

– социальные сети: интернет-компании, направленные на построение сообществ людей в сети Интернет со схожими интересами или деятельностью.

Выводы. Развитие бизнес-моделей в сети Интернет тесно связано с динамикой научно-технического прогресса. Что же касается нашей страны, то такие факторы, как прогресс информационных технологий, расширение ассортимента, внедрение инноваций, рост аудитории потенциальных и постоянных покупателей создают новые возможности для развития данного сектора в России. Однако, несомненно, это развитие невозможно без преобразований на государственном уровне, прежде всего в правовой и экономической сферах. Выработка четкого курса с ориентацией на нынешнюю действительность будет способствовать достижению новых высоких показателей эффективности бизнес-моделей интернет-предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ачаповская М. Цифровизация экономики как драйвер инновационного развития / М. Ачаповская // Банковский вестник. – 2019. – № 3 (668). – С. 52–58. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37207929> (дата обращения: 15.09.2021).

2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 363 с. – ISBN 978-5-534-01174-6.

3. Елин И. Д. Маркетплейс – будущее электронной коммерции / И. Д. Елин // Global and regional research. – 2019. – Т.1 №1. – eISSN: 2658-7823. – С. 101–106. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38547935> (дата обращения: 18.09.2021).

4. Digital 2021: Global overview report : официальный сайт. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата обращения: 20.09.2021).

© А. М. Рыбников

О СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ON MODERN FORMS OF MARKETING COMMUNICATIONS

Седых Ю. А., к. э. н., доцент
Пантелеева А. С., обучающаяся
Лобода Н. А., обучающаяся
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону

Y. A. Sedykh,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
A. A. Panteleeva, student
N. A. Loboda, student
Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

Аннотация

В статье рассматриваются современные формы маркетинговых коммуникаций. Рассмотрена динамика изменения форм маркетинговых коммуникаций, исследованы маркетинговые коммуникации, которыми пользуются производители продукции, ритейлеры в настоящее время.

Annotation

The article deals with modern forms of marketing communications. The dynamics of changes in the forms of marketing communications has been considered, the marketing communications used by product manufacturers and retailers at present have been investigated.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, маркетинг, ритейлеры, прямой маркетинг, стимулирование продаж, реклама, бренд

Keywords: marketing communications, marketing, retailers, direct marketing, sales incentives, advertising, brand

Введение. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что каждый человек неоднократно и ежедневно сталкивается с различными формами маркетинговых коммуникаций, не замечая этого. Изучать и исследовать данную тему необходимо для того, чтобы понимать рычаги, которые наиболее сильно влияют на сознание потребителей и подталкивают их непосредственно к покупке.

Для погружения в тему следует обратиться к определению термина «маркетинговые коммуникации». Маркетинговые коммуникации – это процесс передачи информации о бренде, его товарах и услугах целевой аудитории через разные каналы взаимодействия [3].

Цель исследования. Исследовать причины, побуждающие индивида к совершению покупки, изучить формы маркетинговых коммуникаций актуальные в современных условиях хозяйствования.

Результаты исследования. Формы маркетинговых коммуникаций претерпели множество изменений, следуя и подстраиваясь под общество, его

желания и потребности. До появления рыночной экономики, как таковой, продавцу не нужно было прикладывать усилий для того, чтобы его товар был желаем и куплен, потому как у потребителей не было альтернативы. С появлением рыночной экономики производителям и продавцам стало намного сложнее доносить до потребителя информацию о существовании своего товара, вследствие этого и начали формироваться различные формы маркетинговых коммуникаций.

Если до эпохи цифровизации и глобализации достаточно было воспользоваться основными формами маркетинговых коммуникаций, такими как реклама (на бумажных носителях: рекламные вывески на самих магазинах либо развешенные по городу, рекламные объявления в газетах), стимулирование сбыта (всевозможные дегустации) и личные продажи коммивояжеры, которые описаны достаточно назойливыми даже в художественной литературе.

Современный человек с самого рождения привыкает к очевидным маркетинговым коммуникациям – реклама на телевидении и видео-сервисах, баннеры вдоль дорог и рекламные доски в подъездах, лифтах, учебных заведениях и офисах. Поэтому для того, чтобы заинтересовать и побудить современного человека к покупке нужно приложить много усилий и изобретательности.

Рассмотрим формы маркетинговых коммуникаций, которыми пользуются производители продукции, ритейлеры сейчас:

1) Основная и достаточно приевшаяся для обывателя форма – реклама. Платный способ маркетинговых коммуникаций, который позволяет оповещать потребителей при помощи радио, телевидения, социальных сетей, билборды и другие инструменты ATL, TTL или VTL-рекламы [5]. Но нужно отметить, что некоторая часть потенциальных покупателей может быть раздражена частой и назойливой рекламой – из-за этого раздражения принципиально не будут покупать товар из надоевшей рекламы.

2) Прямой маркетинг – вид маркетинговых коммуникаций, при котором потребитель получает информацию о продукте напрямую [2]. Понятной иллюстрацией в современных реалиях являются предложения на сайтах (подпишись на рассылку о наших новинках и скидках и получи скидку 10 %); использование промокодов, которые приходят на электронную почту, вырезаются из журналов, получают на кассах в других магазинах.

3) Программы лояльности – комплекс маркетинговых услуг, поощряющий потребителя совершать повторные покупки, приобретать дополнительные продукты и услуги. В погоне за экономией и пресловутыми скидками большинство потребителей с удовольствием принимают предложение обзавестись ластиковой или электронной картой.

4) Стимулирование продаж – это комплекс маркетинговых техник, которые направлены на повышение спроса и увеличение узнаваемости бренда [4]. Часто можно заметить новую марку какой-либо продукции, которая пытается найти и завоевать своего покупателя – временно низкие цены на продукции, чтобы заинтересовать потребителей. Сюда же относятся и распространение образцов продукции, дегустации, конкурсы, бонусные программы.

5) Спонсорство – однократное или многократное финансирование мероприятий в обмен на рекламу и популяризацию его товаров или услуг. Абсолютно привычный и обыденный способ маркетинговых коммуникаций, потому что каждый человек неоднократно сталкивался с баннерами, стендами,

упоминаниями в рекламах спонсирующих организаций. Примеры крупных мировых спонсоров: Coca-cola, Budweiser (Bud), Heineken, Volkswagen, Adidas, Puma и Nike. Примерами российских спонсоров являются банки (Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк и т. д.), Мегафон, Магнит, РЖД, Фонбет, Норникель. Помимо финансовой поддержки спонсоры иногда предоставляют свою продукцию для мероприятий (бутылки воды, газировки, и т. п.).

б) Паблсити – это упоминание бренда в средствах массовой информации, направленное на узнавание торговой марки. Одна из самых эффективных современных маркетинговых форм коммуникации.

Именно паблсити хотелось бы внимательно рассмотреть, потому что большинство маркетинговых коммуникаций сосредоточены именно в этой их форме.

Как уже выше упоминалось большинство потребителей не доверяют явной рекламе, достаточно большое количество потребителей раздражается из-за частой рекламы. На рисунке 1 представлены действия брендов, раздражающие пользователей в социальных сетях.

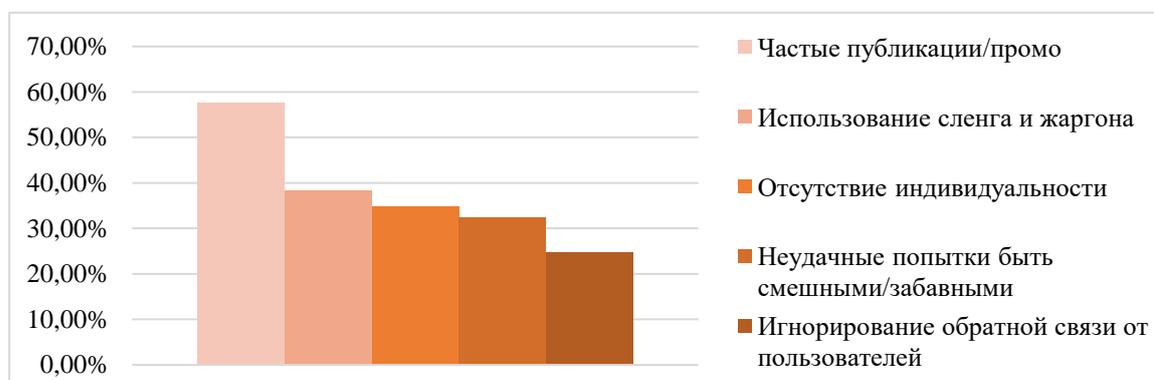


Рисунок 1 – Действия брендов, раздражающие пользователей в социальных сетях

Источник: составлено авторами на основе [1].

На рисунке 2 представлены действия брендов, которые располагают к заинтересованности пользователей.

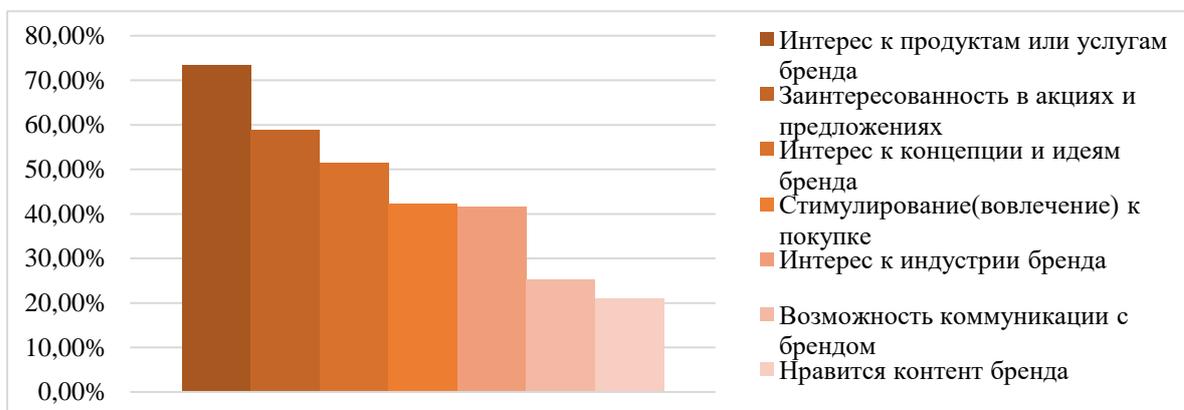


Рисунок 2 – Действия брендов, которые располагают к заинтересованности пользователей

Источник: составлено авторами на основе [1].

Выводы. Подводя итог, хотелось бы отметить, что современный потребитель является очень требовательным и критикующим. Потенциальные покупатели могут пройти мимо продукции компании, если считают рекламу данной продукции слишком надоедливой и явной. Поэтому в данный момент одними из самых лучших рычагов давления, действующих на желание потребителя покупать являются нативная реклама/рекомендации от лидеров мнений/блогеров (причем можно отследить тенденцию связи между популярностью и известностью медийной личности и доверием аудитории, т. е. чем больше аудитория – тем меньше доверие), а также рекомендации и советы от друзей и знакомых.

В современном мире для любого бренда есть возможность найти своего «лидера мнений», аудитория которого является и целевой аудиторией бренда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Исследование проведенное в июле 2016 года Sprout Social среди 1022 респондентов-потребителей – пользователей социальных сетей в США [Электронный ресурс]. – URL: <https://sproutsocial.com/> (дата обращения: 22.09.2021).

2. Пиханова С. А. Коммуникационные аспекты прямого маркетинга / Пиханова С. А., Н. Ю. Чугунова // Научный журнал КубГАУ. – 2017. – № 130. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-aspekty-pryamoego-marketinga> (дата обращения: 22.09.2021).

3. Пономарева Е. Маркетинговые коммуникации: цели, основные виды и маркетинговый треугольник. – Журнал «Генеральный директор» от 30.05.2019.

4. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. – М. : Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013.

5. Ульяновский А. В. Маркетинговые коммуникации. 28 инструментов миллениума. – М. : Эксмо, 2008.

© Ю. А. Седых, А. С. Пантелеева, Н. А. Лобода

УДК 65.01

РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

DEVELOPMENT OF THE PROCESSES OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Фокина Н. А., к. э. н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N. A. Fokina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье анализируются данные различных исследований в области цифровизации российской экономики. Рассматриваются наиболее востребованные у отечественного

бизнеса цифровые технологии, а также барьеры их внедрения. Анализируются изменения, происходящие в бизнес-среде относительно рисков и ожиданий от цифровой трансформации.

Annotation

The article analyzes the data of various studies in the field of digitalization of the Russian economy. The most popular digital technologies for domestic business are considered, as well as barriers to their implementation. The changes taking place in the business environment regarding the risks and expectations of digital transformation are analyzed.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, цифровизация экономики.

Keywords: digital economy, digital technologies, digitalization of the economy.

Введение. Цифровые технологии изменяют традиционно сложившиеся бизнес-модели, а также подходы к ведению и управлению бизнесом, вынуждая компании по всему миру адаптироваться к этим изменениям. Но и эти же изменения являются источником дополнительных возможностей, позволяющих повысить уровень конкурентоспособности предприятий и заложить основу их долгосрочного развития.

Цель исследования. Проанализировать тенденции и перспективы развития процессов цифровизации экономики в Российской Федерации.

Результаты исследования. Среди специалистов существует устоявшееся мнение, что появление сети Интернет и снижение стоимости доступа к ней положили начало новой информационной революции, глобально изменившей жизнь людей в целом и экономику – в частности. Начало острым дискуссиям в экспертном сообществе относительно сущности термина «цифровая экономика» и соответствующих ему вопросов было положено выступлением профессора К. Шваба в 2015 г. на Давосском форуме. Ученый предупредил о неизбежности грядущего глобального социального кризиса, который будет вызван потерей работы миллионами человек из-за бурного развития технологий. По мнению В. В. Иванова, Г. Г. Малинецкого, «четвертая промышленная революция – это смешение технологий физического, цифрового и биологического миров, которое создает новые возможности и воздействует на политические, социальные и экономические системы» [1].

По данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ внедрение новых «сквозных» технологий – робототехники, искусственного интеллекта, аддитивных технологий, Интернета вещей – может способствовать росту производительности труда в компаниях на 40 % [4]. Ускоренное внедрение таких технологий в экономику и социальную сферу государства – стратегическая цель, которая ставится Правительствами многих стран, но не все из них ее достигают. В Российской Федерации данная цель, выраженная как «цифровая трансформация» закреплена в Указе Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [2]. В анализируемом Указе установлены четыре критерия достижения цели, три из которых имеют количественное выражение:

– «достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления;

– увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95 %;

– рост доли домохозяйств, которым обеспечена возможность широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, до 97 %;

– увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий в четыре раза по сравнению с показателем 2019 года» [2].

По мнению участников круглого стола, организованного Аналитическим центром при Правительстве РФ и Клубом ИТ-директоров 4СЮ, на данный момент очевиден прогресс в сфере цифровой отечественной трансформации. Помимо ИТ-сферы, лидерами такой трансформации являются банки и другие финансовые организации, телекоммуникационные предприятия, ЖКХ, страховые компании и предприятия нефтегазовой отрасли [3]. В крупнейших компаниях страны в 2020 году по сравнению с 2019 годом количество пилотных проектов в сфере цифровой трансформации выросло на 38 %. Около 85 % крупнейших организаций прибегло к использованию технологических решений с искусственным интеллектом. При этом наметилась тенденция к усложнению моделей искусственного интеллекта – осуществляется переход к сетям интеллектуальных объектов. Реализуются проекты в области беспилотного транспорта. Многократно возросло использование голосовых помощников и интеллектуальных чат-ботов. Наблюдается активное внедрение гиперконвергентных и Cloud-Native инфраструктур.

Не смотря на позитивные изменения, специалистами фиксируется недостаточность трансформационных инициатив. Отмечается, что отечественные организации освоили, преимущественно, базовые и достаточно простые цифровые технологии. Незначительная часть предприятий провела глубокую автоматизацию бизнес-процессов на основе их предварительного анализа и оптимизации под использование передовых цифровых технологий. Так, по данным НИУ ВШЭ, «83 % российских организаций уже пользуются широкополосным Интернетом, 63 % – освоили технологии электронного обмена данными. В то же время удельные веса организаций, освоивших более сложные технологии, в несколько раз ниже: облачные сервисы – 23 %, ERP-системы – 12,2 %, RFID-технологии – 5 %» [4]. Также отмечается низкий уровень цифровизации производственных предприятий. В ведущих западных странах уже сформировался переход от использования единичных цифровых решений к внедрению комплексных систем управления знаниями, компетенциями и технологиями. В РФ же концепция перехода к «Индустрии 4.0» находится только в области обсуждения, а использование сквозных технологий еще не получило своего распространения. Следствием такого положения является отставание отечественной промышленной продукции от ведущих зарубежных конкурентов в цене и качестве, сроках вывода готовой продукции на рынок.

Компания PwC, специализирующаяся на предоставлении аудиторских услуг, а также услуг в области бизнес-консультирования, совместно с международной компанией разработчиком решений в области анализа бизнес-процессов и

интеллектуальной обработки информации – АБВУУ – более десяти лет проводят оценку уровня цифрового интеллекта российских компаний. В 2020 году для оценки было отобрано 106 крупных компаний. 74 % респондентов отметили, что их компании существенно отстают от тех, кого они считают лидерами цифровой трансформации. Они оценили уровень цифровой зрелости своих компаний (в среднем) в 2,8 балла из 5 [5]. В качестве основных барьеров внедрения новых цифровых технологий в свою деятельность, топ-менеджеры назвали следующие:

- «отсутствие навыков или ресурсов для управления и внедрения ИТ проектов (62 %);

- сопротивление изменениям со стороны сотрудников организации (56 %);

- отсутствие понимания бизнес-эффекта от реализации проекта (56 %);

- высокая стоимость решений (55 %)» [5].

В тоже время, 67 % опрошенных назвали цифровизацию бизнеса в качестве приоритета развития своих компаний. Таковую позицию они обосновывают практической ценностью для бизнеса. Так, 79 % организаций констатирует быстрый и значительный эффект, возникающий от реализации цифровых инициатив.

Опрос, проводимый компанией PwC в 2018 году, показал, что около 25 % российских менеджеров опасались происходящих на рынках под влиянием цифровизации перемен, думая, что они могут дестабилизировать их бизнес [5]. В 2020 году – по прошествии двух лет – выяснилось, что подавляющее большинство представителей российского бизнеса – 51 % – угрозой называют не сами перемены, а возможность отстать в гонке цифровизации бизнеса и, как следствие, проиграть.

Результаты оценки уровня цифрового интеллекта показали, что наиболее востребованными цифровыми технологиями у отечественного бизнеса являются: искусственный интеллект, робототехника, процессная аналитика и интернет вещей. В качестве основных целей внедрения таких технологий респонденты назвали следующие:

- «повышение производительности работы – 74 %;

- сокращение расходов – 58 %;

- улучшение клиентского опыта – 58 %;

- повышение лояльности сотрудников – 20 %» [5].

В качестве основных трендов цифровой трансформации отечественной экономики можно выделить следующие [1–5]:

- появление и развитие комплексных цифровых платформ в отдельных отраслях;

- трансформация клиентского опыта;

- использование больших данных и продвинутой аналитики бизнес-процессов;

- роботизация процессов, интернет вещей и усложнение технологий искусственного интеллекта;

- переход на новый уровень цифровой инфраструктуры компаний: на базе облачных технологий, с использованием возможностей интеграции данных и т. д.;

- актуализация и решение проблем в кадровой сфере: острый дефицит сотрудников, обладающих «новыми» компетенциями и сокращение вытесняемого новыми технологиями персонала;

- актуализация и решение проблем обеспечения информационной безопасности;
- расширение возможностей получения государственной поддержки цифровых проектов.

Выводы. Таким образом, можно утверждать, что на уровне Правительства Российской Федерации понимается важность и необходимость цифровой трансформации экономики нашей страны. Для этого предусмотрено увеличение объемов финансирования за счет различных источников. Создаются условия для формирования надежной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры передачи, обработки и хранения данных. Реализуются мероприятия, направленные на разработку и использование отечественного программного обеспечения... На данный момент специалистами констатируется прогресс в сфере цифровой отечественной трансформации. Однако, не смотря на позитивные изменения, фиксируется и недостаточность трансформационных инициатив. Отмечается, что отечественные организации освоили, преимущественно, базовые и достаточно простые цифровые технологии. Более сложные и комплексные решения распространены недостаточно широко. Следствием такого положения является отставание отечественной продукции от ведущих зарубежных конкурентов в цене и качестве, сроках ее вывода на рынок. Однако, демонстрируемая практическая значимость и ценность для бизнеса цифровых проектов, выражаемая в повышении производительности, сокращении расходов, улучшении клиентского опыта и т. д., будет вынуждать российские компании активнее включаться в цифровизацию экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Иванов В. В. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива / В. В. Иванов, Г. Г. Малинецкий. – Москва : Ньюанс, 2017. – 64 с.
2. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». – Москва, Кремль. – 2020. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (дата обращения: 02.10.2021).
3. Цифровая трансформация в России: итоги 2020 года и перспективы развития // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – URL: <https://ac.gov.ru/news/page/cifrova-a-transformacia-v-rossii-itogi-2020-goda-i-perspektivy-razvitiya-26801> (дата обращения: 03.10.2021).
4. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение [Текст]: докл. к XX апр. Междунар. науч. конф. По проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др. ; науч. ред. Л. М. Гохберг ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 82 с.
5. Digital IQ 2020: совместное исследование PwC и АBBYY. – М. : 2021. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-iq-2020/pwc-abbyy-digital-iq-2020.pdf> (дата обращения: 03.10.2021).

© Н. А. Фокина

**УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ
ДОСТАВКИ ТОВАРОВ БЕСПИЛОТНЫМИ
ТРАНСПОРТНЫМИ СРЕДСТВАМИ**

**RISK MANAGEMENT IN ORGANIZATION OF DELIVERY
OF GOODS BY UNMANNED VEHICLES**

Холмовский С. Г., к. э. н., доцент
Карелин П. В., обучающийся группы ЗМТД-19
Юдина С. С., обучающаяся группы ЗМТД-19
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный
университет»; Институт управления и финансов,
г. Иркутск

S. G. Kholmovski,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
P. V. Karelin, student, gr. ZMTD-19
S. S. Udina, student, gr. ZMTD-19
Baikal State University,
Institute of Management and Finance, Irkutsk

Аннотация

Развитие Интернет-торговли ставит перед продавцами и логистическими компаниями задачу ускорения и удешевления доставки заказов клиентам. Решить эту задачу в перспективе могут беспилотные транспортные средства. Однако их использование связано с существенным риском для компании. Четкая идентификация, оценки и анализ потенциальных рисков при беспилотной доставке является основной задачей риск-менеджмента.

Annotation

The development of e-commerce poses a task for sellers and logistics companies to accelerate and reduce the cost of delivering orders to customers. Unmanned vehicles can solve this problem in the future. However, their use is associated with significant risks for the company. Clear identification, assessment and analysis of potential risks in unmanned delivery is the main task of risk management.

Ключевые слова: управление рисками, беспилотные транспортные средства, доставка товаров, Интернет-торговля

Keywords: risk management, unmanned vehicle, delivery of goods, e-commerce

Введение. Вопрос внедрения беспилотных транспортных средств в обычную жизнь становится все более актуальной. Идея использования подобных транспортных средств для коммерческой доставки товаров, особенно в условиях стремительного роста объемов интернет-торговли и ограничений традиционных способов взаимодействия продавцов товаров с потребителями, в последнее десятилетие нашла немало приверженцев.

События последних лет (развитие систем искусственного интеллекта, развитие средств связи, пандемийные ограничения 2020–2021 гг.) привели к

стремительному росту масштабов Интернет-торговли. Так, только в 2020 году в Российской Федерации по данным ежегодного отчета «Интернет-торговля в России 2020» компании Datainsight, объем рынка составил уже 2,7 трлн рублей, при этом за год было размещено клиентами 830 млн заказов, то есть практически 2,3 млн заказов ежедневно [4]. Средний чек таких интернет-покупок составляет порядка 3,3 тыс. рублей, то есть это относительно небольшие по стоимости и по весу заказы.

По данным упомянутого отчета, величина среднего чека в 2020 году сократилась на 14% относительно уровня 2019 года. По мнению авторов отчета, этот факт объясняется рядом причин: большая доступность заказов с дешевой или бесплатной доставкой; значительная доля на рынке маркет-плейсов с низким уровнем чека; развитие сегментов Интернет-торговли со стандартно низким чеком (доставка продуктов питания).

Перспективы развития рынка на ближайшие годы также выглядят впечатляющими. По мнению ряда экспертов, к 2025 году объем рынка по сравнению с 2020 годом увеличится в 6 раз (по количеству заказов – до 4,8 млрд. заказов в год) и в 4 раза по стоимости (до 10,9 трлн рублей).

Таким образом, тенденция к сокращению среднего чека и размера заказа сохранится и в будущем, что, с одной стороны, вызовут большие затруднения при доставке товаров традиционными способами (курьерами, транспортными компаниями, по почте), а, с другой стороны, сделает все более востребованными беспилотную доставку интернет-заказов клиентам. Использование беспилотных транспортных средств при доставке интернет-заказов имеет свои преимущества и ограничения.

Целью исследования является изучение перспектив использования беспилотных транспортных средств и возникающие при этом риски, не только для компании и потребителя, но и для общества в целом.

Используемые методы исследования в работе – кабинетные исследования, изучение опыта деятельности отдельных компаний в области доставки заказов.

Результаты исследования. В начале исследования необходимо определиться с тем, что включает в себя понятие «беспилотные транспортные средства». Единого мнения о толковании этого понятия в научных и бизнес-кругах нет. В настоящей работе мы будем опираться на определение, предложенное Е. А. Лебедевым. По его мнению, беспилотное транспортное средство – это транспортное средство, оборудованное системой автоматического управления, которое может передвигаться без участия человека [7].

Для целей организации доставки товаров клиентам в основном используются или наземные беспилотные транспортные средства, или воздушные. В исследовании «Беспилотные транспортные средства: настоящее и будущее» А. М. Грошев справедливо отмечает, что воздушные беспилотные транспортные средства все чаще используются при осуществлении доставки товаров, так как воздушным беспилотником управлять существенно проще, чем его наземным аналогом. Основное преимущество в данном случае заключается в том, что беспилотники могут перемещаться между двумя точками по самым коротким маршрутам, и на их пути практически отсутствуют препятствия [3].

Однако, как и в случае наземных беспилотных транспортных средств, развитие воздушных беспилотных средств доставки сталкивается с

существенными трудностями, возникающими по причинам несовершенства или неразработанности законодательной базы; недостатка применяемых технологий и конструкций транспортных средств, затратности разработки и внедрения таких средств доставки [3].

Перечисленные выше факторы осложняют процесс внедрения и использования беспилотных транспортных средств в экономике. Компании-пионеры беспилотной доставки товаров вынуждены действовать в условиях повышенной неопределенности и методом «проб и ошибок» выделять успешные технологические и экономические решения организации доставки. Таким образом, этим компаниям приходится сталкиваться с повышенным уровнем риска, и, следовательно, стремиться к эффективному риск-менеджменту.

Классическое толкование риска в экономике связано с возможностью потерь в результате наступления тех или иных событий. В этом толковании риск трактовался как неопределенность, которая может оказывать исключительно негативное влияние на компанию. С начала XXI века в экономической литературе стала преобладать точка зрения, согласно которой под риском понимается неопределенность достигаемых результатов в будущем [1]. Такое понимание риска означает, что потенциально некоторые события могут привести к возникновению дополнительных выгод для компании, в то время как прочие имеют для фирмы исключительно отрицательные последствия.

Транспортировка товаров клиентам относится к логистическим бизнес-процессам, которые по своей сути должны строиться на принципах точного соответствия временных, пространственных, количественных и качественных параметров доставки требованиям конкретного потребителя. Таким образом, реализация любого из потенциально возможных рисков в этом случае не может принести какой-то дополнительной выгоды для фирмы, а означает проявления в той или иной мере негативного сценария для компании, осуществляющего доставку.

Можно выделить несколько потенциальных рисков для компаний, осуществляющих доставку заказов с использованием воздушных беспилотных транспортных средств (в основном компании используют разные по грузоподъемности дроны).

1. Одним из основных рисков является недостаточно точно определенный в законодательстве статус подобных транспортных средств и связанные с этим сложности в организации бизнес-процессов.

Все аспекты использования беспилотных летательных аппаратов регулируются Воздушным кодексом Российской Федерации. Соответствующей государственной регистрации подлежат все беспилотные воздушные суда массой более 30 килограммов [2]. Использование дронов массой более 30 кг в городской черте требует специального разрешения.

Законодательство РФ требует, что оплата товара, заказанного через Интернет должна сопровождаться выдачей кассового чека. Дроны в настоящее время не оснащаются кассами, поэтому их можно использовать только для уже оплаченных ранее заказов.

Кроме того, в настоящее время недостаточно четко определено в законодательстве, кто и в какой степени будет нести ответственность при возникновении аварийных ситуаций с дронами, которые могут привести как к материальным потерям для третьих лиц, так и к человеческим смертям.

2. Инфраструктурные риски, к которым можно отнести:

– отсутствие оснащенных мест, куда можно доставить посылку клиенту с гарантией, что ее оттуда заберет только тот, кому она предназначена;

– множество сетей сотовой связи и wi-fi, которые могут нарушать связь беспилотного летательного средства с фирмой, что может привести к аварийным ситуациям;

– сложность доставки заказов в многоквартирных домах или офисных зданиях, где отсутствуют площадки для приземления дрона или сбрасывания заказа;

– параллельное существование нескольких фирм, практикующих воздушную доставку и использующих при этом разные технические решения, также существенно повышает риск столкновения дронов в воздухе.

3. Технологические риски, которые накладывают в настоящее время самые существенные ограничения на использование воздушных беспилотных транспортных средств при доставке товаров:

– малая по продолжительности длительность автономного полета. В настоящее время лучшие по показателям дроны не могут летать более 40 минут. Использование более емких аккумуляторов повышает и вес беспилотника, что отрицательно сказывается на его грузоподъемности;

– невозможность использования дронов в сложных метеоусловиях. Сильный ветер или дождь могут привести к поломке беспилотника. Кроме того, низкая температура воздуха отрицательно сказывается на длительности автономной работы беспилотника;

– организация массовой доставки с использованием воздушных беспилотных транспортных средств потребует существенного прогресса в развитии систем искусственного интеллекта и программно-аппаратных комплексов. Добиться этого возможно только при очень больших финансовых инвестициях в эту сферу. При этом многие из этих вложений никогда не окупятся [6].

4. Коммерческие риски, к которым можно отнести:

– возможность доставки товаров не тому человеку, который его заказал;

– при личной доставке товаров курьерами или при использовании пунктов выдачи заказов у покупателей есть возможность осмотреть (примерить) товар и в случае необходимости оформить возврат товаров. При воздушной доставке такой возможности не будет и компании при возникновении возвратов придется организовывать дополнительные рейсы и нести соответствующие затраты.

Многообразие указанных рисков существенно усложняет процесс их идентификации, оценки и управления. Менеджмент фирмы должен детально определить все параметры потенциального риска. При этом целесообразно использовать методики, представленные в соответствующих международных стандартах. Примером таких стандартов может быть стандарт ISO 31000-2009, а также FERMA (стандарт, разработанный федерацией европейских ассоциаций риск-менеджеров) [8].

Выводы. Развитие мирового и российского рынка Интернет-торговли в прошедшее десятилетие и перспективы его роста в ближайшем будущем, а также развитие информационных технологий и средств связи и доставки делают

неизбежным использование беспилотных транспортных средств при организации коммерческой доставки товаров.

И хотя имеющиеся технологические решения и обладают существенными ограничениями и недостатками, потенциальные преимущества от использования подобных транспортных средств (быстрота доставки, круглосуточность доставки, низкая стоимость и т. д.) делают процесс внедрения беспилотников в повседневную жизнь лишь вопросом недалекого будущего. По мнению ряда экспертов, уже к 2025 году в России появятся первые коммерческие проекты по доставке товаров дронами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асват Д. Риск-менеджмент. Принципы и методики / Д. Асват. – Москва : Диалектика-Вильямс, 2020. – 496 с.
2. Воздушный кодекс РФ. – URL: http://www.consultant.ru/cons_doc_LAW_13744 (дата обращения: 01.10.2021).
3. Грошев А. М. Беспилотные транспортные средства: настоящее и будущее / А. М. Грошев, А. В. Тумасов – Москва, Прайм, 2016. – 416 с.
4. Интернет-торговля в России 2020. Ежегодный отчет. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce2020.pdf (дата обращения: 02.10.2021).
5. Костин А. С. Вопросы современного развития рынка беспилотных летательных аппаратов / А. С. Костин, Н. В. Богатов // Системный анализ и логистика. – 2019. – № 4 (22). – С. 65–72.
6. Костин А. С. Методы доставки грузов при помощи беспилотных летательных аппаратов / А. С. Костин, Д. В. Еленин // Системный анализ и логистика: журнал. – 2019. – № 1 (23). – С. 55–64.
7. Лебедев Е. А. Организация цифровых цепей поставок / Е. А. Лебедев, А. Г. Зверева // Евразийский союз учёных. – 2018. – № 4–6 (49). – С. 59–62.
8. Международный стандарт ISO 31000-2009. Риск-менеджмент. Принципы и руководства. – URL: https://www.amu.kz/fotos-news/vstrecha_rectora_so_stud_31_oct/ISO%2031000-2009.pdf (дата обращения: 03.10.2021).

© С. Г. Холмовский, П. В. Карелин, С. С. Юдина

УДК 33:331

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

THE MAIN ASPECTS OF DIGITALIZATION OF LABOR RELATIONS

Цветкова И. И., к. э. н., доцент
Гусева Н., обучающаяся группы М-м-о-211
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

I. I. Tsvetkova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
N. Guseva, student, gr. M-m-o-211
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Трудовые отношения являются базисом любой экономики и их цифровизация является залогом повышения эффективности отрасли, предприятия, организации. В исследовании определены основные аспекты цифровизации трудовых отношений, выявлены факторы негативного влияния.

Annotation

Labor relations are the basis of any economy and their digitalization is the key to improving the efficiency of the industry, enterprise, organization. The study identifies the main aspects of digitalization of labor relations, identifies factors of negative influence.

Ключевые слова: трудовые отношения, цифровизация, экономика, государство, влияние, рабочее место, виртуальная среда.

Keywords: labor relations, digitalization, economy, state, influence, workplace, virtual environment.

Введение. В настоящее время процесс перехода традиционной экономики к цифровой движется быстрыми темпами, оказывая влияние на все сферы жизни общества. «Как переход к цифровой информации всех сторон экономической и социальной жизни, цифровизация из простого метода улучшения разных частных сторон жизни превращается в драйвер мирового общественного развития, обеспечивающий повышение эффективности экономики и улучшение качества жизни» [4].

Трудовые отношения между работодателями и работниками выступают базисом любой экономики и их цифровизация является залогом повышения эффективности функционирования отраслей, предприятий и организаций.

Цель исследования. Выявить основные аспекты трансформации трудовых отношений в условиях цифровизации экономики государства.

Результаты исследования. Несмотря на то, что исследования в данном направлении являются относительно новыми и немногочисленными, к различным аспектам влияния цифровизации на систему трудовых отношений обращались такие ученые как Дж. Стиглиц, М. Вебб, М. Гус, В. М. Свистунов, В. В. Лобачев, И. А. Филипова и другие.

«Цифровая экономика – часть экономики, в которой процессы производства, распределения, обмена и потребления прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий» [2].

Следует отметить, что мировое сообщество активно разрабатывает вопросы трансформации трудовых отношений в условиях цифровизации экономики. Так, «в апреле 2019 года на сайте Европейской комиссии опубликован итоговый доклад экспертной группы изучения влияния цифровой трансформации на рынки труда, в котором указывалось на необходимость адаптации трудовых отношений к новым реалиям в целях предотвращения рисков для безопасности и гигиены труда» [3].

В РФ разработана и успешно внедряется национальная программа «Цифровая экономика в Российской Федерации», включающая в себя ряд проектов, реализация которых должна позволить осуществить переход государства от индустриальной экономики к цифровой [4]. В 2021 г. вступили в

действие ряд нормативно-правовых актов, регулирующих трудовые отношения в условиях цифровизации.

Текущая эпидемиологическая ситуация, вызванная масштабным распространением COVID-19 и переходом ряда категорий работников в дистанционный режим, ускорила динамику развития цифровых технологий в сфере трудовых отношений. Наблюдается перевод многих функций в сфере трудовых отношений в виртуальную среду.

Выделим основные аспекты цифровизации трудовых отношений:

- переход хозяйствующих субъектов на цифровой документооборот;
- цифровизация рабочих мест;
- усиление контроля управленческого персонала за исполнением работниками трудовых функций с использованием цифровых технологий;
- интеллектуализация процесса принятия управленческих решений с применением элементов искусственного интеллекта;
- развитие систем интеллектуального анализа данных, способных прогнозировать поведение работников и формировать рекомендации без учета субъективного мнения руководителя;
- внедрение цифровых технологий в процессы обучения и повышения квалификации персонала;
- увеличение «информационной емкости» управленческой деятельности [1];
- смена компетентностной модели категорий персонала в связи с изменением трудовых функций;
- нивелирование границ между рабочим и внерабочим временем.

Следует отметить, что цифровизация экономики привела к возникновению принципиально новых форм занятости населения, таких как работа на онлайн-платформах, что предусматривает создание совершенно иной модели отношений между работодателем и работником. На основе цифровизации получила развитие новая модель экономических взаимоотношений – шеринговая экономика, в частности такие ее виды как каршеринг, райдшеринг, фудшеринг, буккроссинг, байкшеринг, кикшеринг, коворкинг, коливинг и т. п. [5].

Цифровизацию государственной экономики, безусловно можно рассматривать как положительный процесс, однако, считаем целесообразным упомянуть и об аспектах негативного влияния цифровизации, выражающуюся в угрозе частной жизни работников и утраты персональных данных, а также усилении дискриминации в сфере занятости, вызванной несовершенством трудового законодательства, не учитывающего нюансы цифровизации рабочих отношений [3].

Кроме того, могут оказаться под угрозой исчезновения целый ряд рабочих мест из-за дальнейшей усиливающейся цифровой модификации секторов экономики.

Выводы. Таким образом, переход рабочей среды в цифровой формат затронет практически все аспекты трудовых отношений. Сохранить конкурентоспособность работнику в таких условиях будет возможно только при условии непрерывного обучения и освоения новых компетенций.

В повсеместно усиливающейся цифровизации всех сегментов общественной жизни одной из задач государственного управления является обеспечение

стабильности и прозрачности рынка труда как на национальном, так и на региональном и муниципальном уровнях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Свистунов В. М. Трудовые отношения в условиях цифровизации экономики / В. М. Свистунов, В. В. Лобачев // Управление. – 2017 – № 4. – С. 29–33. – URL: <https://upravlenie.guu.ru/jour/article/view/13> (дата обращения: 04.10.2021).

2. Томашевский К. Л. Цифровизация и ее влияние на рынок труда и трудовые отношения (теоретический и сравнительно-правовой аспекты) / К. Л. Томашевский // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2020. – № 11. – С. 398–413. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-i-ee-vliyanie-na-rynok-truda-i-trudovye-otnosheniya-teoreticheskiy-i-sravnitelno-pravovoy-aspekty> (дата обращения: 05.10.2021).

3. Филипова И. А. Трудовое право: вызовы информационного общества // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – № 2. – С. 162–182.

4. Халин В. Г. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски / В. Г. Халин, Г. В. Чернова // Управленческое консультирование. – 2018. – № 10. – С. 46–63.

5. Цветкова И. И. Проблемы и перспективы развития шеринговой экономики в Крыму / И. И. Цветкова, А. В. Сиволап // Современные исследования в области управления, бизнеса и финансов: монография. – Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2020. – С. 103–110. – URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1633606078&tld=ru&lang=ru&name=monographecon> (дата обращения: 05.10.2021).

© И. И. Цветкова, Н. Гусева

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

PECULIARITIES OF THE LABOR MARKET IN THE DIGITAL ECONOMY

Цхдадзе Н. В., д. э. н., профессор
Рекс О. В., обучающаяся группы НАУ20-3
Бекетова С. А., обучающаяся группы НАУ20-3
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
O. V. Reks, student gr. NAU20-3
S. A. Beketova, student gr. NAU20-3
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

Время цифровых технологий отодвигает на задний план традиционные профессии, оставляя физический труд как средство заработка далеко позади. В статье описан процесс цифровизации, происходящий в России, и то, как он влияет на рынок труда, придавая ему новые особенности.

Annotation

The era of digital technology is pushing traditional professions into the background, leaving manual labor as a means of earning money far behind. The article describes the digitalization process taking place in Russia, and how it affects the labor market, attributing new features to it.

Ключевые слова: рынок труда, цифровизация, безработица, цифровая экономика, человеческий капитал.

Keywords: labor market, digitalization, unemployment, digital economy, human capital.

Введение. Стремительное развитие нашего мира привело к тому, что почти каждый человек хотя бы раз в своей жизни сталкивался с цифровыми технологиями. Они окружают нас повсюду: дома, на работе, на учебе или даже на улице. Особенно активно в последние годы цифровизация стала проникать в экономику: благодаря ей оптимизируются бизнес-процессы, выстраиваются новые, более эффективные экономические стратегии и повышается мобильность внутри компаний и за ее пределами. Но развитие цифровой экономики не так однозначно, как, казалось бы, вместе с этим произошли значительные изменения в формировании рабочих мест и в целом занятости населения. Рынок труда серьезно поменялся и предъявляет совсем другие требования к потенциальным работникам, он приобрел новые особенности, к которым должны быть готовы его участники, и именно этим обусловлена актуальность данной статьи.

Цель исследования заключается в анализе рынка труда как наиболее изменившемся в условиях цифровизации объекте, а также в описании особенностей этого рынка, благодаря которым он стал значительно отличаться от ранее существовавшего.

Результаты исследования. Прежде чем перейти к подробному анализу современного рынка труда, необходимо определить понятие цифровой экономики. В современной экономике важную роль играет информация. Она же в свою очередь, выступая в качестве важнейшего фактора производства, порождает знания, которые выступают источником прогресса. А он при этом влияет на занятость населения, рост производительности труда, уровень жизни людей и динамику экономического роста. Отсюда возникает новая ценность общества – интеллектуальный капитал, который и порождает инновации в экономике и в остальных её сферах. Таким образом, цифровая экономика – это сложная, высокоинтеллектуальная система, которая делает акцент в своем развитии на использовании информационных технологий [3].

С приходом цифровизации многое в экономике поменялось, исключением не стал и рынок труда. Данный этап развития экономики нередко называют «информационной революцией», подобно когда-то «промышленной революции», происходящей в России перед началом ее новейшей истории – тогда рынок труда тоже потерпел значительные изменения. Полная роботизация, компьютеризация и информатизация экономических отношений привели к тому, что рынок труда приобрел следующие особенности:

1. Рост числа самозанятых людей благодаря таким онлайн-платформам как Uber, Profi.ru, Yandex и др. Эти платформы позволяют соединять заказчиков и исполнителей без участия каких-либо посредников. Согласно прогнозам, объем

услуг, оказанных через эти и иные платформы, уже к 2025 году вырастет в 20 раз, а занятость в данной сфере составит минимум 16 % [4].

2. Увеличение числа тех, кто в качестве основного источника заработка использует так называемый фриланс. Такой вид занятости набирает обороты среди наиболее развитых стран, где хорошо развиты площадки для купли-продажи услуг по набору текста, созданию презентаций и сайтов, онлайн-маркетинга и т. д., то есть тех услуг, которые непосредственно приносят заработок фрилансерам. Опираясь на данные рисунка 1, можно сделать вывод, что с прогрессом цифровизации рынок фриланса будет лишь расти в своих объемах, а когда-то, вероятно, станет таким же обыденным видом заработка, как и «традиционные» профессии.

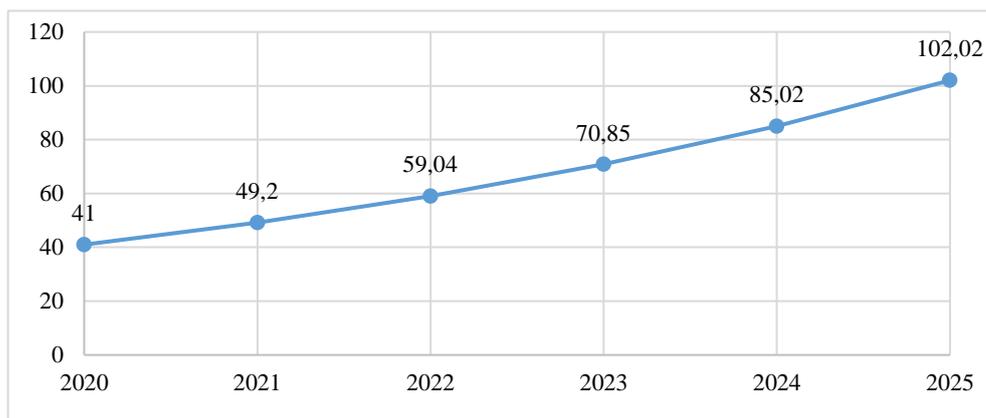


Рисунок 1 – Прогноз динамики российского рынка фриланса, млрд долл.

Источник: составлено авторами по материалам [1].

3. Возможное увеличение занятых среди людей с ограниченными возможностями здоровья. Компьютеризация и возможность удаленного доступа к работе позволят маломобильным людям работать из дома, что раньше было невозможно даже представить. Уже сейчас многие крупные корпорации (например, «Сбер», «Сибур» и др.) предоставляют таким категориям граждан удаленные рабочие места, особенно в IT-сфере.

4. Согласно докладу «Будущее рабочих мест и компетенций», недавно опубликованному Всемирным экономическим форумом (ВЭФ), роботизация и компьютеризация уничтожат более 85 миллионов рабочих мест, но при этом создадут более 97 миллионов новых [2]. Но проблема в том, что исчезать рабочие места будут значительно быстрее, чем создаваться новые. Это может повлиять на статистику безработицы в будущем, подняв ее уровень чуть выше нормы, но потом, спустя время, данный показатель должен вернуться на место.

5. Поиск работы на рынке труда в условиях цифровизации заметно упростился. Известные платформы (hh.ru, superjob.ru и др.) по поиску персонала ежедневно дают доступ к тысячам новых вакансий. Так, по результатам исследования, проведенного Аналитическим центром НАФИ в июне 2019 года, с помощью специализированных Интернет-ресурсов работу ищет почти треть (30 %) россиян. Благодаря этим онлайн-платформам найти работу стало проще и быстрее, что, возможно, может повлиять на снижение уровня безработицы в стране [3].

б. Повышение спроса на рынке труда на работников с аналитическим складом ума, творческих, «гибких» к изменениям. Анализируя вакансии на известных онлайн-платформах по поиску персонала, можно сделать вывод, что теперь работодателю стало важно, чтоб нескольких специалистов мог заменить один универсальный. В связи с этим среди граждан наблюдается спрос на высшее образование, о чем свидетельствуют данные социологического опроса Высшей школы экономики (ВШЭ): 85 % школьников хотели бы поступить в ВУЗы [5].

Выводы. Исходя из всего вышесказанного, может создаться впечатление, что рынок труда в условиях цифровизации приобрёл в основном положительные особенности и характеристики на современном этапе, но, к сожалению, это не совсем так. Да, упростились подходы к поиску работы, выросло число самозанятых, работники стали более универсальными, и т. п., но при этом, нельзя не заметить, что, например, работа из дома повлияла на исчезновение границ между рабочим временем и личной жизнью [4], так как теперь дом – это и офис, и место отдыха. К тому же рынок труда лишается живого общения, так как теперь коллеги общаются между собой в чатах, потенциальные работодатели и работники связываются через онлайн-платформы и там же обо всем договариваются. Из-за исчезновения спроса на традиционные профессии выросла безработица, а высшее образование в силу своей востребованности повысилось в цене, что стало непозволительной роскошью для многих граждан. Все эти «побочные» эффекты цифровизации, конечно же, исправимы, но для этого нужно время и достаточные финансовые ресурсы со стороны государства, которое должно помочь работникам и работодателям сполна адаптироваться к новым особенностям рынка труда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Исследование рынка фриланса // PwC-URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/issledovaniye-rynka-freelance-uslug.html> (дата обращения: 01.10.2021).
2. Отчет «Будущее рабочих мест 2020» (Future of Jobs) ВЭФ 2020. – URL: <https://www.weforum.org> (дата обращения: 30.09.2021).
3. Россияне предпочитают искать работу с помощью нетворинга // НАФИ. – URL: <https://nafi.ru/analytics/pochti-tret-rossiyan-ispolzovali-internet-dlya-poiska-raboty/> (дата обращения: 01.10.2021).
4. Слепцов Е. В. Особенности рынка труда в условиях цифровой экономики / Е. В. Слепцов, Б. Р. Такахо // Экономика и бизнес. – 2020. – № 12-3 (70). – С. 113–116. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rynka-truda-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 29.09.2021).
- б. Спрос на высшее образование со стороны выпускников 11-х классов в 2020 году // Высшая школа экономики. – URL: https://www.hse.ru/data/2020/12/03/1354265733/release_36_2020.pdf (дата обращения: 01.10.2021).

© Н. В. Цхададзе, О. В. Рекс, С. А. Бекетова

**АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE INTRODUCTION
OF THE INTERNET OF THINGS ON THE EFFECTIVENESS
OF MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION**

Шушунова Т. Н., к. т. н., доцент
Хтейн Вин Аунг, обучающийся группы МЭК-23
ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический
университет имени Д. И. Менделеева», г. Москва

T. N. Shushunova,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Htein Vin Aung, student, gr. MEC-23,
Mendeleev University of Chemical Technology of Russia,
Moscow

Аннотация

Актуальность проведенных исследований обусловлена сложностью и неоднозначностью влияния внедрения IoT на деятельность предприятий и организаций, что в первую очередь связано с данными, которые генерирует Интернет вещей. Приложения IoT не только обеспечивают более эффективные процессы генерации и аналитики больших данных, но и потенциальные риски, что требует разработки новых подходов к обеспечению безопасного и этичного использования сгенерированных данных, управления данными.

Annotation

The relevance of the research is due to the complexity and ambiguity of the impact of the IoT implementation on the activities of enterprises and organizations, which is primarily associated with the data generated by the Internet of Things. IoT applications not only provide more efficient generation and analytics of big data, but also potential risks, which requires the development of new approaches to ensure the safe and ethical use of generated data, data management.

Ключевые слова: интернет-технологии, экосистема интернета вещей, киберугрозы, персональные данные, цифровые риски.

Keywords: Internet technologies, the Internet of Things ecosystem, cyber threats, personal data, digital risks.

Введение. Стремительное развитие сквозных прорывных технологий, включающих Интернет вещей (IoT), создает перспективные возможности и преимущества для общества, обеспечивает эффективность, новый потребительский индивидуальный опыт, что привлекательно как для производителей, так и для потребителей. Основным фактором, способствующим развитию IoT, является сочетание нескольких связанных технологий и коммуникационных решений, таких как технологии идентификации и отслеживания, радиочастотной идентификации (RFID), электронного кода

продукта (EPC), а также стандарт беспроводной связи ZigBee, беспроводные сети датчиков и исполнительных механизмов, усовершенствованные протоколы связи и искусственный интеллект [2]. Смешанная интеграция технология IoT создает растущую сеть физических объектов, которые имеют IP-адрес, возможность подключения и взаимодействие между этими объектами и другими устройствами и системами, подключенными к Интернет. Это позволяет получать доступ к данным удаленных датчиков, а также контролировать и управлять физическими объектами на расстоянии, позволяя устройствам действовать скоординировано.

Цель исследования состояла в изучении влияния внедрения Интернета вещей на деятельность предприятий и организаций из-за сложности и неоднозначности социотехнических взаимодействий оцифрованных вещей и социальной реальности, что в первую очередь связано с данными, которые генерирует Интернет вещей.

Результаты исследования. Приложения IoT не только обеспечивают более эффективные данные сбора, но благодаря автоматизации они также позволяют собирать новые данные с более высокой степенью детализации о процессах и работе всех видов деятельности. IoT генерирует большие объемы данных часто более высокого качества, чем данные, генерируемые традиционными средствами, так как они имеют более высокую степень детализации и точность, существенно большие объемы; большую неоднородность из-за множества источников; своевременность, чем традиционные данные, часто в реальном или близком к реальному времени. Поэтому данные Интернета вещей часто называют «большими» данными, имея в виду такие их параметры как объем, разнообразие и скорость [3].

Вместе с тем, генерация больших данных IoT сопряжена с рисками, связанными с управлением данными и ограничениями цифровой инфраструктуры. Открытая концепция IoT означает, что данные, созданные для одного конкретного использования, также могут использоваться в нескольких приложениях для достижения нескольких целей и решения непредвиденных проблем. Однако, как показывают исследования, эта открытость может создавать проблемы, связанные прежде всего с безопасностью. Связанный аспект IoT позволяет организациям объединять данные из множества источников, комбинируя данные о «вещах» с более традиционными данными, что также может обеспечить проблемы, связанные, например, с конфиденциальностью.

Аналитика больших данных может сыграть важную роль в обеспечении эффективного управления, своевременная информация из сетевых источников улучшает процесс принятия решений, позволяет улучшить анализ в отношении отслеживания или анализа ситуаций. Своевременность и огромные объемы данных, предоставляемые IoT, могут повысить производительность организации, улучшить операционное планирование и способность быстро реагировать на ранее непредвиденные события. В области управления активами IoT все чаще используется для мониторинга работоспособности и качества активов организации. Кроме того, IoT может иметь важные последствия для электронной коммерции с точки зрения улучшения качества обслуживания клиентов на основе анализа их опыта и обеспечить своевременную доставку продукции [1]. Таким образом, электронная коммерция будет включать не только покупку и продажу продуктов и услуг через компьютерные сети, но также использование интернет-

технологий для обмена или совместного использования информации внутри организации или с внешними заинтересованными сторонами, что позволит обеспечить более эффективный механизм контроля.

IoT создает следующие потенциальные преимущества для бизнеса:

- постоянная обратная связь с потребителями продукта фирмы повышает эффективность и результативность обслуживания, помогая бизнес-процессам стать точнее, гибче и быстрее, повышает доверие, обеспечивая контакт с новыми клиентами, предоставление новых рекламных возможностей и поддержку доходов от дополнительных услуг;

- постоянная обратная связь с потребителями позволяет определить тенденции развития потребности конкретного покупателя, включить новые функции продукта и услуг, а также обеспечить активный выбор привлекательных потребительских сегментов;

- потребителям обеспечивается возможность самообслуживания, снижаются затраты на рабочую силу;

- автоматическая защита продукта снижает стоимость сбоя бизнес-процессов из-за мошенничества, снижает затраты на безопасность и помогает повысить доверие потребителей;

- использование технологии автоматической идентификации и сбора данных, такие как RFID, позволяют повысить точность и своевременность информации о бизнес-процессах и обеспечивает конкурентные преимущества за счет повышения эффективности обслуживания с точки зрения оптимизация процесса;

- улучшение качества данных помогает улучшить индивидуальный и оперативный контроль бизнес-процессов, повышает их эффективность и обеспечивает большую гибкость системы, которая лучше реагирует на динамические изменения.

Таким образом установлено, что IoT может предоставить множество преимуществ, связанных как с измерением в реальном времени, так и с анализом эффективности данных датчиков. услуг, повышение эффективности и гибкости услуг, что обеспечивает эффективное управление знаниями, обмен и сотрудничество между доменами и подразделениями на всех уровнях организации, а также с внешними партнерами. Преимущества технологий IoT для организаций в первую очередь связаны с наличием большего количества детализированной информации, которая автоматически собирается и может быть использована вскоре после ее создания.

На стратегическом уровне управления IoT способствует улучшению прогнозирования и анализа тенденций, продвижению прозрачности правительства, расширению прав и возможностей граждан; на тактическом – совершенствованию планирования в отношении управления и технического обслуживания, более эффективному соблюдению нормативных требований, снижению затрат, генерированию новых потоков доходов; на операционном – повышению эффективности и гибкости услуг.

Однако эти преимущества необходимо сопоставить с потенциальными рисками IoT. И наиболее важные из них связаны с владением данными, такими как безопасность, конфиденциальность обмена информацией, что требует

разработки новых подходов к обеспечению безопасного и этичного использования сгенерированных данных, управления данными.

Экосистема IoT включает цифровые риски от действий злоумышленников, манипулирующих потоками информации от устройств, подключенных к Интернет, или вмешивающихся в работу самих устройств, что может привести к краже персональных данных и потере конфиденциальности потребителей, прерыванию бизнес-операций, замедлению работы сети Интернет из-за крупномасштабного распределенного отказа, нарушений критически важной инфраструктуры.

Росту киберугроз способствует ряд нерешенных проблем внедрения технологий IoT. Во-первых, на многих устройствах IoT установлено некачественное программное обеспечение, подверженное информационным рискам, которые были распространены в конце 90-х – начале 2000-х годов. Устройства уязвимы из-за слабого использования криптографии, ошибок аутентификации и сложности развертывания программного обеспечения. Производители устройств прекращают поддержку программного обеспечения задолго до того, как пользователи устройств будут готовы их заменить. Это, не говоря уже об устройствах, которые захватывают видео или аудио и отправляют их другим сторонам без ведома пользователя (например, голосовые помощники, создающие голосовые профили людей или камеры, предоставляющие данные правоохранительным органам без прямого информированного согласия). Кроме того, слабые места в устройствах IoT приводят к появлению точек атаки, открывающих доступ к сетям, в которых они находятся. Это верно, как для жилых домов, так и для предприятий, поскольку устройство IoT, которое не может защитить учетные данные безопасности беспроводной сети, затем открывает всю сеть. В настоящее время, когда так много людей работают удаленно, один сбой IoT может привести к кибератаке, которая затронет как домашние, так и бизнес-сети. Во-вторых, законодательно не определено кто несет ответственность за решения по безопасности IoT, когда одна компания может проектировать устройство IoT, а другая поставляет компонентное программное обеспечение, третья управляет сетью, в которую встроено устройство, а четвертая обслуживает устройство. Эта проблема усугубляется отсутствием всеобъемлющих, широко распространенных международных норм и стандартов безопасности IoT. Другие факторы риска IoT включают отсутствие у разработчиков стимулов для адекватной защиты продуктов, поскольку они не обязаны нести расходы, связанные с невыполнением этого требования, и отсутствие единого подхода к оценке безопасности конкурирующих вариантов.

Выводы. В результате проведенного анализа различных моделей риска IoT выявлены существенные различия между экосистемами IoT. Например, система безопасности промышленных потребителей IoT будет существенно отличаться от безопасности розничных потребителей, так как последствия сбоя безопасности, виды нарушений или злонамеренной активности для разных клиентов IoT также будут другими. Поэтому их анализ имеет решающее значение при разработке мероприятий безопасности и способов смягчения последствий. В зависимости от профиля риска разработчики, производители и поставщики услуг IoT смогут как можно быстрее надлежащим образом устранять угрозы и уязвимости, будь то через исправление, отзыв продукта или консультирование потребителей IoT.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Костин К. Б. Современные бизнес-модели электронной коммерции / К. Б. Костин, А. Н. Субоч // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 1623–1642. – DOI: 10.18334/vines.10.3.110593.

2. Цветков В. Я. Интернет вещей как глобальная инфраструктура для информационного общества / В. Я. Цветков // Современные технологии управления. – 2017. – № 6 (78). – С. 19–28. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-veschey-kak-globalnaya-infrastruktura-dlya-informatsionnogo-obschestva> (дата обращения: 09.10.2021).

3. Ядровская М. В. Перспективы технологии Интернета вещей / М. В. Ядровская, М. В. Поркшеян, А. А. Синельников // Advanced Engineering Research. – 2021. – № 2. – С. 104–118. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-tehnologii-interneta-veschey> (дата обращения: 09.10.2021).

© Т. Н. Шушунова, Хтейн Вин Аунг

УДК 65.01

ЗНАЧИМОСТЬ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

THE IMPORTANCE OF INTERNAL CONTROL IN THE CONDITIONS OF THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Ячменева В. М., д. э. н., профессор
Тимаев Р. А.,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V. M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor
R. A. Timaev,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В условиях цифровизации экономики внутренний контроль приобретает особую значимость, так как на него возлагается совершенно новый функционал – контроль за процессами управления. Контроль за процессами управления заключается в согласованности самих процессов и профилактики разрывов (отставаний) в процессах управления трудовой деятельностью персонала.

Annotation

In the context of the digitalization of the economy, internal control acquires special significance, since it is entrusted with a completely new functionality – control over management processes. Control over management processes consists in the consistency of the processes themselves and the prevention of gaps (lags) in the processes of personnel labor activity management.

Ключевые слова: цифровая экономика, контроль, процесс управления, согласованность, разрыв, отставание, трудовая деятельность.

Keywords: digital economy, control, management process, consistency, gap, lag, labor activity.

Введение. Еще в бытность СССР советскими учеными были проработаны вопросы управленческого контроля, сейчас его называют внутренним контролем системы управления организацией. В то время была разработана концепция систем контроля, нейтрализующая действие механизма торможения социально-экономического развития социалистического общественного производства [3]. В связи с осуществляемыми в то время чередой перестроек и становлением рыночной экономики России, реализовать концепции систем контроля так и не удалось. Сейчас перед учеными стоит задача разработки новых концепций внутреннего контроля, ориентированных на цифровую экономику с учётом российской специфики. Сегодня в российской экономике реализуются масштабные национальные проекты и программы, контроль над реализацией которых осуществляется государством, но при этом концепция внутреннего контроля системы управления, ориентированная на согласование процессов управления организации, не потеряла своей актуальности в рамках цифровизации экономики в целом и бизнеса в частности.

Более того, в настоящее время в силу сложившихся обстоятельств (нарастающих санкций, импортозамещения, пандемии COVID-19 и т. д.), усилением конкуренции на отечественных и мировых рынках товаров и услуг, стремительным развитием процессов цифровизации, сменой технологий и усложнением бизнес-процессов, сам процесс управления организацией существенно усложнился. Это накладывает большую ответственность на внутренний контроль, который должен обеспечивать согласованность процессов управления деятельностью как всей организации, так и осуществлять контроль за процессами управления трудовой деятельностью персонала, чтобы избежать разрывов и отставаний.

Цель исследования. Определить значимость внутреннего контроля организации в условиях цифровизации экономики.

Результаты исследования. Нельзя не согласиться с Серебряковой Т. Ю. [4], что долгое время «сам контроль, теоретические разработки и их практическое воплощение акцентированы на финансовом и хозяйственном контролях, как деятельности специальных органов». В разное время учеными проводился анализ и доказывалась важность функции контроля в организации. «Классики менеджмента» [2] определили контроль «как создание систем объективного контроля, не зависящих от субъективных установок и личных симпатий и антипатий руководителей. Возможность охвата контролем всех сфер управленческой деятельности. Качественно новый уровень реакции систем управления на отклонения от планов». Так, Лебедев К. Н. [3] считает, что «контроль – это часть управленческой деятельности, т. е. функция менеджера, заключающаяся в оценке соответствия и обнаружении несоответствия требованиям путем наблюдения и заключения, на основании соответствующих измерений, испытаний или проверок». Айдынов Р. Э. [1] интерпретирует контроль «как способ приобщения трудящихся к управлению производственным процессом и не теряет своей актуальности никогда, потому что основное назначение его не выловить или изобличить, а подкорректировать и поправить». Серебрякова Т. Ю. [4] уверена в том, что «контроль как функция управления не должен ограничиваться только внутренним контролем за вещественно-

стоимостной формой экономических субъектов». По ее мнению, «он должен расширять свои горизонты и совершенствоваться параллельно поступательному развитию цифровизации» [4]. Автор в своих предыдущих публикациях [6; 7] отмечает, что сущность и значимость контроля не должны оставаться консервативными, а должны изменяться под воздействием изменений внешней среды и соответствовать времени, то есть современным условиям функционирования организации.

Еще в 80-е годы прошлого столетия, группа ученых, под руководством Юксвярава Р. К. [5], пришла к выводу, что «основной задачей контроля является проверка безошибочности работы, а также обеспечение работы таким образом, чтобы она была максимально продуктивна. Основа контроля – это принцип обратных связей, который существует при любых взаимодействиях субъекта и объекта управления» [5]. С этим сложно не согласиться, но в условиях цифровизации бизнес-процессов, важным является не только проверка на соответствие и контроль исполнения поручений, на первый план выступает проблема контроля за согласованностью процессов управления как всей организацией, так и отдельными видами деятельности (производственной, трудовой, коммерческой, финансовой, инновационной, инвестиционной и т. д.). За реализацией всех процессов управления стоит персонал. По сути, осуществляя контроль за процессами управления, мы осуществляем контроль за трудовой деятельностью персонала. Согласованность процессов управления трудовой деятельностью персонала важна при реализации проектов разного уровня (при организационных изменениях, реинжиниринге, модернизации, информатизации, цифровизации бизнес-процессов, реорганизации производства и системы управления и т. д.). Отсутствие согласованности процессов управления трудовой деятельностью персонала приводит к разрыву этих процессов или к их отставанию. И в том и другом случае это приводит к разбалансировке деятельности организации, перерасходу ресурсов, срыву сроков по выполнению внешних и внутренних обязательств.

Процессы управления трудовой деятельностью персонала имеют свои особенности и представляют собой совокупность отдельных видов управленческой деятельности, направленных на упорядочение и координацию функционирования и развития организации и ее элементов в интересах достижения ожидаемых результатов. Процессы управления трудовой деятельностью персонала часто пересекаются или взаимодействуют друг с другом, например, один процесс управления трудовой деятельностью персонала может служить источником ресурсов для другого процесса управления трудовой деятельностью персонала, или несколько процессов управления могут ожидать сигналов из одного процесса управления трудовой деятельностью персонала. Во всех этих случаях возникает проблема контроля согласованности процессов управления трудовой деятельностью персонала, которая может решаться приостановкой и активизацией последующих процессов управления, организацией очередей, блокированием и освобождением ресурсов. Пренебрежение вопросами контроля согласованности процессов управления трудовой деятельностью персонала может привести: к разрыву или отставанию одного процесса от другого, к их удвоению или дублированию, или даже к коллапсу всей системы управления и приостановке реализуемых проектов.

Разрывы в процессах управления трудовой деятельностью персонала – это узкие места в процессах управления, контроль за которыми особенно важен.

Необходимо отметить, что разрывы бывают как информационными, так и организационными. Информационные разрывы возникают в местах, где запаздывает информация и процесс ожидания превышает нормативное время. Организационные разрывы связаны с переходом ответственности или полномочий по исполнению процессов управления, задержки из-за документооборота (поступления документа на обработку из одного отдела в другой). Разрывы в процессах управления трудовой деятельностью персонала выявляются при постоянном контроле и устраняются при оптимизации процессов управления. Разрыв в процессах управления трудовой деятельностью персонала – это то, что отделяет сложившуюся ситуацию от желаемой.

Контроль за процессами – это профилактика разрывов в процессах управления трудовой деятельностью персонала, который позволяет увеличить эффективность самой деятельности персонала и обеспечить понимание, как и какие процедуры и процессы необходимо улучшить. Крайне важно, что профилактика разрывов или отставаний в процессах управления позволяет понять, как лучше всего планировать и тратить время, деньги и человеческие ресурсы организации, с точки зрения развития и повышения ее результативности.

Выводы. В условиях цифровизации экономики контроль, как функция управления, перестал быть только сдерживающим «кнутом», препятствующим нарушениям, и существенно расширил свои горизонты, теперь он, по сути, нейтрализует действия, тормозящие развитие организации.

Назначение внутреннего контроля в организации дуально, с одной стороны он следит за согласованностью процессов управления в организации, с другой – выступает профилактикой разрывов в процессах управления трудовой деятельностью персонала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Айдынов Р. Э. Функции управления / Р. Э. Айдынов // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017. – № 1. – С. 4–10.
2. Классики менеджмента. Под редакцией М. Уорнера. Перевод с английского В. Кузина. – СПб. : Питер, 2001. – 1168 с.
3. Лебедев К. Н. Системный подход и теория контроля в менеджменте / К. Н. Лебедев // Вестник РУДН, серия Экономика. – 2009. – № 2. – С. 69–75.
4. Серебрякова Т. Ю. Теория и методология сквозного внутреннего контроля: Монография / Т. Ю. Серебрякова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 328 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/456167> (дата обращения: 09.09.2021).
5. Юксвярав Р. К. Управленческое консультирование: теория и практика / Р. К. Юксвярав, М. Я. Хабакук, Я. А. Лейманн; рецензент О. А. Дейнеко, автор предисловия А. Г. Аганбегян. – Издательство «Экономика», 1988. – 240 с.
6. Ячменьова В. М. Контроль як підсистема сучасного менеджменту підприємства / В. М. Ячменьова, М. І. Клевец // Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. – 2011. – Вип. 8. – С. 529–535. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2011_8_70 (дата обращения: 09.09.2021).
7. Ячменева В. М. Сущность и значимость контроля в деятельности предприятия / В. М. Ячменева, Н. И. Клевец // Экономика Крыма. – 2010. – № 4 (33). – С. 228–232.

© В. М. Ячменева, Р. А. Тимаев

СЕКЦИЯ 5. НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

УДК 331.1

СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РОССИИ

REASONS OF LOW LEVEL OF DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN RUSSIA

Воробьева А. В., обучающаяся группы НАУ-20-4
Салмина А. П., обучающаяся группы НАУ-20-4
Научный руководитель:
Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

V. Vorobyova, student, gr. NAU-20-4
A. P. Salmina, student, gr. NAU-20-4
Scientific Adviser:
N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor Financial
University under the Government of Russian Federation,
Moscow

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные причины низкого развития в России такого экономического ресурса как человеческий капитал.

Annotation

This article discusses the main reasons for the low development of such an economic resource as human capital.

Ключевые слова: человеческий капитал, развитие, проблемы развития, международные отношения, экономические ресурсы.

Keywords: human capital, development, development problems, international relations, economic resources.

Введение. В настоящее время наиболее остро встает вопрос развития и дифференциации экономических ресурсов, представленных на национальных и международных рынках. Вместе с интеграцией стран возникают и проблемы, которые связаны не только со степенью развитости стран, но и с их историческим прошлым. В некоторых странах экономические ресурсы развиты меньше, чем в других. Если рассматривать Россию абстрагировано от мирового хозяйства, то состояние человеческого капитала, как одного из основных экономических ресурсов, остается нестабильным. Данная сфера меньше всего подготовлена к изменениям, в связи с чем рост ее показателей ожидать не следует.

Цель исследования. Для выявления более конкретных предпосылок, связанных с проблемой развития человеческого капитала, был проведен анализ статистических данных, а также законодательной базы нашей страны.

Результаты исследования. Человеческий капитал напрямую связан со знаниями и умениями, поэтому основу для оценки его показателей составляет сфера образования. В Российской Федерации она претерпела немало изменений. Однако по настоящее время ведется обсуждение ее недостатков и пассивности. Зачастую выпускники школ предпочитают не тратить время на долгосрочное обучение в ВУЗах страны, а проходить полугодовые курсы по той или иной профессии, которая их заинтересует. Аргументом для этого является статистика появления множества разных курсов, предлагающих освоить базовые навыки в той или иной сфере. РБК провело опрос среди экспертов, которые заявили, что рынок онлайн-образования будет только расти [5]. В связи с данной тенденцией возникла проблема уменьшения общего числа студентов в ВУЗах. На протяжении около 30 лет наблюдалась нестабильность в части числа обучающихся (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ количества студентов, обучающихся в вузах

Год	Количество студентов
1991	4 741 400
2005	7 064 600
2015	4 766 479
2019	4 068 327

Источник: составлено авторами по материалам [1].

Отметим, что еще одной причиной низкого качества человеческого капитала, формирующегося в нашей стране, является дистанционное обучение в образовательных учреждениях последние 2 года. Согласно докладу «Качество образования в российских университетах: что мы поняли в пандемию» 37 % опрошенных преподавателей не одобряют такой формат обучения, и около 40 % студентов считают его наименее эффективным по сравнению с офлайн-форматом. Из-за дистанционного обучения 60 % студентов не участвовали в научной деятельности и не посещали культурные мероприятия [2].

Отсутствие в регионах высококвалифицированных кадров в сфере образования является острой проблемой, влекущей за собой отсутствие роста человеческого капитала за пределами крупных городов. Весь потенциально активный и наиболее трудоспособный человеческий капитал сосредоточен в столицах. Однако около 70 % студентов остаются учиться в том же регионе, где они заканчивали школу и только около 24 % от всех студентов уезжают в крупные города, такие как Москва и Санкт-Петербург. В них находятся лидирующие по качеству предоставляемых услуг университетские центры, но молодежь в силу разных обстоятельств (материальные или психологические) отдает предпочтение местным образовательным учреждениям [6].

Однако помимо образования, причиной низкого роста человеческого капитала является отток из страны высококвалифицированных специалистов. Куда наиболее часто уезжают люди с высшим профессиональным образованием представлено на рисунке 1.

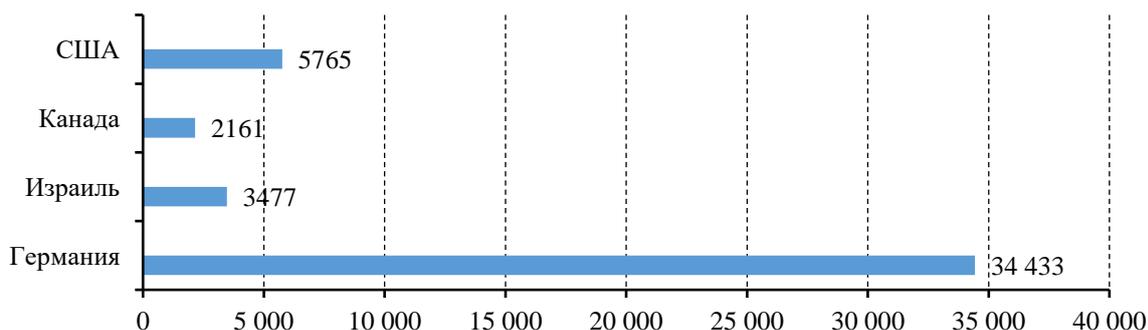


Рисунок 1 – Количество эмигрантов с высшим образованием
 Источник: составлено авторами по материалам [7].

Другая статистика от Минобрнауки показывает, что за 2020 год из страны уехало 43 660 граждан с высшим образованием. В это число входят и доктора наук, и кандидаты наук [3]. Такой отток человеческого капитала оказывает негативное воздействие на развитие рынка этого ресурса в целом.

Показателем низкого качества человеческого капитала в России выступает большой удельный вес безработицы среди молодых специалистов. Из-за отсутствия достаточного количества опыта работодатели отказываются нанимать выпускников ВУЗов. Чаще всего это связано с отсутствием практики в высших учебных заведениях, которая помогает студентам освоить необходимые для построения карьеры навыки. Так удельный вес молодежной безработицы составил 33 % от общего числа безработных [8]. В это число входят люди от 20 до 29 лет. Из-за этого молодежь вынуждена устраиваться на неофициальную работу. Около 26 % выпускников ВУЗов идут именно в этот сегмент экономики [5].

Согласно прогнозу консалтинговой компании, Korn Ferry Hay Group, в будущем на мировом рынке появится острый дефицит специалистов. В регионах Европы, России, Африки и Ближнего Востока этот дефицит составит 14,3 млн человек к 2030 году. В нашей стране процентное число недостающих кадров составит около 7 % от числа всех специалистов. Из-за данного явления экономика может потерять около \$300 млрд [5].

Несмотря на пессимистичный взгляд многих экспертов в области экономики, правительство предпринимает попытки разрешить проблемы, влекущие за собой низкий уровень развития человеческого капитала в России. За счет государственного бюджета происходит увеличение бюджетных мест в ВУЗах страны, что делает высшее образование более доступным. Минобрнауки предоставило программу академического лидерства в основе которой лежит кооперация и интеграция науки и высшего образования [3]. Это позволит развить качество знаний, предоставляемых университетами, а также повысить технологическую оснащенность в регионах.

Дистанционное обучение также имеет положительное влияние на развитие человеческого капитала, позволяя студентам адаптироваться под новые информационные технологии и программные продукты, а также уметь анализировать большое количество информации и аргументированно отстаивать свою точку зрения.

Так же студенты экономических ВУЗов, получая необходимые знания, пытаются открыть свой собственный бизнес. У каждого десятого это получается,

что свидетельствует об эффективности полученной в университете информации и накопленного опыта [4].

Выводы. На данный момент сложно определить четкую тенденцию развития человеческого капитала, в том числе из-за пандемии. Правительство направляет большое количество ресурсов на реформу образования на всей территории страны и на предотвращение появления новых проблем в экономике, связанных с ним. В рядах молодого поколения происходит популяризация получения знаний, что качественно влияет на состояние человеческого капитала в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <https://rg.ru> (дата обращения: 20.09.2021).

2. Качество образования в российских университетах: что мы поняли в пандемию: Аналитический доклад / науч. Ред. Е. А. Суханова, И. Д. Фрумин. – Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. – 46 с. (дата обращения: 21.09.2021).

3. Минобрнауки [Электронный ресурс]. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru> (дата обращения: 22.09.2021).

4. Нижегородцев Р. М. Человеческий капитал: теория и практика управления в социально-экономических системах : монография / под общ. Ред. Р. М. Нижегородцева, С. Д. Резника. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 290 с.

5. РБК. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rbcholding.ru/>.

6. Региональная дифференциация доступности высшего образования в России / С. С. Малиновский, Е. Ю. Шибанова ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. – М. : НИУ ВШЭ, 2020. – 68 с. (дата обращения: 22.09.2021).

7. Росстат [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gos.ru/> (дата обращения: 22.09.2021).

8. Тавхитова Е. Р. Актуальные проблемы развития современной системы высшего образования в России / Е. Р. Тавхитова // Доклады Башкирского университета. – 2020. – Т. 5, № 4. – С. 261–265.

© А. В. Воробьева, А. П. Салмина

УДК 331.1

ЭФФЕКТИВНАЯ ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

EFFECTIVE LABOR ACTIVITY OF PERSONNEL IS THE BASIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Гагаринская Г. П., д. э. н., профессор
Гагаринский А. В., к. э. н., доцент
Игуменов И. М., обучающийся гр. 2-ИИЭиГО-10
ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет», г. Самара

G. P. Gagarinskaya,
Doctor of Economic Sciences, Professor
A. V. Gagarinsky,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
I. M. Igumenov, student of group 2-IEIGO-10
Samara State Technical University, Samara

Аннотация

В статье показана тенденция перехода крупных промышленных компаний к деятельности в соответствии с концепцией устойчивого развития. Согласно этой концепции, бизнес и компании должны устойчиво развиваться не только экономически, но также экологически и социально. В статье авторы анализируют развитие металлургических компаний по производству алюминия и металлопродукции. В качестве важной составляющей экономического (а также социального) развития рассмотрен фактор повышения производительности труда. Авторы анализируют подходы к понятию эффективной трудовой деятельности с различных научных подходов менеджмента, психологии и экономической теории. Выделены две важные возможности роста производительности труда: 1) повышение производственной мощности за счет существенных инвестиций в обновление оборудования и технологии, а также 2) повышение производительности за счет активизации поиска улучшений процессов сотрудниками без существенных инвестиций.

Annotation

The article shows the trend of transition of large industrial companies to activities in accordance with the concept of sustainable development. According to this concept, businesses and companies should develop sustainably not only economically, but also environmentally and socially. In the article, the authors analyze the development of metallurgical companies for the production of aluminum and metal products. The factor of labor productivity increase is considered as an important component of economic (as well as social) development. The authors analyze approaches to the concept of effective work activity from various scientific approaches of management, psychology and economic theory. Two important opportunities for labor productivity growth are highlighted: 1) increase in production capacity due to significant investments in equipment and technology upgrades, as well as; 2) increase in productivity by activating the search for process improvements by employees without significant investments.

Ключевые слова: устойчивое развитие, производительность труда, инвестиции.

Keywords: sustainable development, labor productivity, investments.

Введение. В мировом сообществе в деятельности передовых бизнес-структур и ответственных промышленных компаний обозначилось стремление к устойчивому развитию (sustainable development – англ.). Устойчивое развитие – это управляемое комплексное совершенствование экономики, экологии и социальной сферы, измеряемое по выработанным согласованным индикаторам [2; 9]. Потребность в этом осознается и формируется в последние годы как противодействие значительной нестабильности и кризисам в названных сферах, становясь конкретной стратегией, как двигатель дальнейшего развития. К базису в виде эффективной экономики добавляются экология и социальная сфера [1; 6]. Сферы эти взаимодействуют и значительно зависят друг от друга в виде как прямых, так и обратных связей. Главной экологической повесткой в последние

годы стало глобальное потепление климата, приводящее к резким погодным аномалиям и стихийным бедствиям. Очевидно, значительное влияние экономической промышленной активности, сопровождающейся увеличением вредных выбросов и отходов, где основную долю занимают углеродные газы CO₂, CH₄ и др. Добыча ископаемых, перерабатывающихся в сырье и далее в материалы и продукцию так или иначе в той или иной мере сопровождаются выделением углеродных газов. Они создают в атмосфере парниковый эффект и способствуют глобальному потеплению.

Цель исследования. Обоснование нововведений в трудовую деятельность персонала, способствующих повышению эффективности труда и устойчивому развитию предприятия.

Результаты исследования. Передовые ответственные страны, в частности Европейский союз, принимают стратегии низкоуглеродного развития, предусматривающие достижение снижения выбросов и к 2050 году углеродной нейтральности – нулевой разницы между выбросами парниковых газов и их поглощением экосистемой, в основном лесами [3]. В настоящий момент эта разница сильно отрицательная за счет значительного превышения выбросов над поглощением. ЕС вводит внутренний налог и готовится к введению трансграничного углеродного налога на продукцию, при производстве которой выделяются углеродные газы. В РФ к 2050 г. ставится задача существенно улучшить нетто-результат по разнице между выбросами и парникового газа, чем запланированный нейтральный в Евросоюзе. Эта цель вполне достижима при активной декарбонизации промышленности и экономики. Ответственные промышленные корпорации и компании, в том числе металлургические, создают и реформируют свои стратегии и программы развития, предусматривающее значительное сокращение энергопотребление и выбросы в регионах на производственных площадках. Среди металлургических компаний выделяется предприятие по производству алюминия и металлопродукции их алюминиевых сплавов. Собственно, сам алюминий является воплощенным материалом для «зеленой» экономики и благодаря своим свойствам и возможности полной переработки его производственных отходов и утилизации после использования [4]. Благодаря этому алюминий все более востребован в самых различных сферах: многие отрасли промышленности, строительства, упаковки и др. В производстве алюминия корпорация РусАл внедряет технологические инновации, позволяющие вместе с увеличением производительности и снижением энергозатратности, существенно сокращать вредные выбросы. Расширение применения алюминия вместе с другими экологическими продуктами, например, в упаковке взамен пластика и стекла, позволяет полностью решить задачу его переработки и вторичного вовлечения в производство [5; 8].

Успешные и ответственные промышленные компании все больше начинают следовать концепции устойчивого развития. Концепция эта приобретает все более четкие черты: принципы, определения и индикаторы. Сформулирована и уже применяется концепция ESG (environment – экология, social – социальное развитие, governance – корпоративное управление). Существует список компаний, входящий в 500 наиболее капитализированных и успешных в мире, с лучшими ESG-индексами – список S&P 500 ESG. Сегодня инвесторы готовы вкладываться в развитие только ответственных компаний с прозрачной и успешной ESG-

отчетностью. Партнеры по бизнесу (покупатели, поставщики) также предпочитают взаимодействовать только с такими компаниями.

На Самарском металлургическом заводе большое внимание уделяют эффективности деятельности предприятия, в том числе социальным и экономическим факторам развития. В триаде «экономия-экология-социальная сфера» основным ресурсом для экономического и социального развития является бизнес – с результатом его эффективной экономической деятельности, а главным показателем результативности, является производительность труда персонала. Таким образом, производительность труда персонала относится к числу важнейших показателей, способствующих устойчивому развитию предприятия и является объектом современных междисциплинарных исследований в области экономических и социальных наук.

Системная работа по стимулированию роста производительности труда персонала ведется через специализированные центры компетенций. В исследованиях часто подчеркивается важность социальных факторов роста наряду с экономическими и техническими, большое внимание уделяется внедрению эффективных практик бережливого производства и программ модернизации организационной культуры.

В бизнес-стратегиях программ повышения производительности труда отчетливо отражены два вида деятельности: 1) замена и модернизация технологий и оборудования с целью расширения успешного производства и освоения новых востребованных продуктов, в которые периодически вкладывают значительные инвестиции; 2) оптимизация бизнес-процессов и расширение деятельности, которые осуществляются на постоянной основе в соответствии с условиями внешней среды.

Взаимодействие работника со средствами производства определяет социальный характер и социальную природу труда [2; 7]. Если содержание труда отражает уровень развития производительных сил, а технический уровень средств производства отражает уровень технологического развития, то социальный характер и социальная природа труда отражают социально-экономический статус работника в общественном производстве, те особенности производственных отношений, при которых совершается труд.

Выводы. Трудовая деятельность персонала – это процесс, совершаемый на основе разделения и кооперации труда, сознательно, целесообразно преобразующий материальные и интеллектуальные ресурсы в продукт, необходимый для удовлетворения потребностей личности и общества в благах, находящихся в частной собственности.

Трудовая деятельность персонала характеризуется следующими признаками:

1. Тяжелая работа для индивида становится легкой, творческой при целесообразном разделении труда между людьми.

2. Продукт труда изготавливается индивидуумом не только из ресурсов природы, но и из материалов, созданных людьми.

3. Продукт потребления производится индивидуумом для обмена его на блага, находящиеся в частной собственности.

4. Повышение производительности труда за счет инвестиций в обновлении оборудования и технологий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Chapman, D. S., & Webster, J. (2003). Использование технологий в процессах подбора, отбора и отбора кандидатов на работу. *Международный журнал Отбор и оценка*, 11, 113–120.
2. Das, T.K., Teng, B.S. (2004). The risk-based view of trust: a conceptual framework. *J. Bus. Psychol.* 19(1), 85–116
3. Marler, J. H., & Fisher, S. L. (2010). Основанный на фактических данных обзор электронного УЧР и стратегического управления человеческими ресурсами. In S. Strohmeier, & A. Diederichsen (Eds.)
4. Stone, D. L., & Lukaszewski, K. (2009). Расширенная модель факторов, влияющих на принятие и эффективность электронного управления человеческими ресурсами системы. *Обзор управления людскими ресурсами*, 19, 134–143.
5. Strohmeier, S. (2007). Исследования в области электронного УЧР: обзор и последствия. *Обзор управления человеческими ресурсами*, 17, 19–37.
6. Тео, Т. С. Н., Soon, L. G., & Fedric, S. A. (2001). Внедрение и воздействие информационных систем людских ресурсов (HRIS). *Исследования и практика в области человеческих ресурсов Управление*, 9, 101–117.
7. Tzafirir, S. (2005). The relationship between trust, HRM practices and firm performance. *Int. J. Hum. Resour. Manag.* 16(9), 1600–1622
8. Шмидт А. В. The Development of Human Capital on the Basis of Wage Efficiency / Развитие человеческого капитала на основе эффективности оплаты труда / Г. П. Гагаринская, А. В. Шмидт // Published in the Russian Federation Sochi Journal of Economy, С. 300–307.
9. Шмидт А. В. Формы вклада организации в развитие человеческого капитала / А. В. Гагаринский, А. В. Шмидт // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики управления: сборник трудов III Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, С. 236–240.

© Г. П. Гагаринская, А. В. Гагаринский, И. М. Игуменов

УДК 316.42

КАДРОВЫЙ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

PERSONNEL RISK MANAGEMENT AS A TOOL FOR SOCIALLY-ORIENTED MANAGEMENT OF PERSONNEL OF AN INDUSTRIAL ORGANIZATION

Гагаринская Г. П., д. э. н., профессор
Калмыкова О. Ю., к. п. н., доцент
Камаева Е. А.,
ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет», г. Самара

G. P. Gagarinskaya,
Doctor of Economic Sciences, Professor
O. Yu. Kalmykova,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
E. A. Kamaeva,
Samara State Technical University, Samara

Аннотация

В статье представлены рекомендации по управлению кадровыми рисками, возникающими в процессе обучения персонала промышленных организаций нефтегазовой отрасли. Задачами первого этапа исследования явились: стресс-мониторинг организационной среды (методика К. Э. Оксинайда); идентификация и оценка кадровых рисков, возникающих в процессе обучения персонала на основе информационных технологий (методика А. Е. Митрофановой). В исследовании применялись эмпирические методы: наблюдение, анкетирование. На втором этапе исследования для оценки кадровых рисков использовался метод экспертных оценок. Построен профиль кадровых рисков исследуемой промышленной организации.

Annotation

The article presents practical recommendations aimed at managing personnel risks arising in the process of training personnel of industrial organizations in the oil and gas industry. The objectives of the first stage of the study were: stress monitoring of the organizational environment (the method of KE Oksinoid); identification and assessment of personnel risks arising in the process of personnel training based on information technologies (methodology of A.E. Mitrofanova). The study used empirical methods: observation, questioning. To assess personnel risks, the method of expert assessments was used, based on the opinion of experienced leaders of industrial organizations in the oil and gas industry. The profile of personnel risks of the industrial organization under study has been built.

Ключевые слова: промышленная организация, кадровая политика, кадровый риск, оценка риска, профиль риска, экспертный опрос, паспорт риска, тренинг.

Keywords: industrial organization, personnel policy, personnel risk, risk assessment, risk profile, expert survey, risk passport, training.

Введение. Социально-экономическая ситуация влияет на социально-психологический климат в коллективе, а, следовательно, и на количественные и качественные показатели кадровых рисков: растет уровень деструктивной конфликтности, снижается удовлетворенность трудом и уровень лояльности персонала промышленной организации нефтегазовой отрасли [3]. Процесс внедрения информационных и цифровых технологий в деятельность службы управления персоналом современных организаций сопровождается возникновением различных рисков, в частности кадровых рисков, связанных с обучением персонала в дистанционных образовательных средах [2]. В исследовании авторы опирались на работы российских ученых, специалистов в области управления кадровыми рисками. К числу отечественных авторов, исследующих проблему разработки технологии управления кадровыми рисками, можно отнести А. А. Алавердова, А. Е. Митрофанову, Т. О. Соломанидину, В. М. Ячменеву и др. [1; 4; 7–9].

Целью исследования является совершенствование системы обучения персонала на основе информационных технологий, обеспечивающих минимизацию кадровых рисков промышленной организации. Объектом исследования выступают социально-трудовые отношения в организации. Предметом исследования являются методы управления кадровыми рисками процесса обучения персонала на основе информационных технологий.

Результаты исследования. В исследовании применялись следующие методики: методика оценки уровня стрессогенности организационной среды (стресс-мониторинг); методика оценки кадровых рисков организации, экспертные опросы [5; 6]. Для оценки кадровых рисков использовался метод экспертных оценок. В качестве экспертов выступили линейные и функциональные руководители промышленной организации нефтегазовой отрасли. В исследуемой промышленной организации (2019–2020 г.) проанализированы кадровые риски организации (таблица 1).

Таблица 1 – Кадровые риски, характерные для промышленной организации

Подсистема СУП	Потенциальные риски
Планирование и маркетинг персонала	Неоптимальная списочная численность; Недостаточный уровень квалификации в области информационных технологий.
Управление мотивацией	Высокий уровень коэффициента текучести среди руководителей высшего звена; Отсутствие у работников мотивации к обучению; Отторжение информационных технологий.
Управление профессиональным развитием персонала	Отсутствие у определенной группы работников понимания о необходимости повышения компетентности в области информационных технологий; Неэффективность коммуникационных каналов в процессе обучения; Увольнение работника после обучения.
Обеспечение нормальных условий труда	Неэффективная организация труда персонала; Нарушения в области безопасности труда персонала.
Информационное обеспечение	Несвоевременное обеспечение полной информацией, необходимой для качественного выполнения функциональных обязанностей.

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Большинство факторов, провоцирующих возникновение кадровых рисков, находятся в подсистеме планирования и маркетинга персонала и подсистеме управления развитием персонала. Совершенствование процесса обучения и повышение уровня лояльности индивидов к применению информационных технологий позволят снизить до минимальной вероятности появление таких рисков поведения персонала, как: отсутствие понимания необходимости обучения на основе информационных технологий; отсутствие мотивации к обучению и др.

Для оценки кадровых рисков в промышленной организации нефтегазовой отрасли (2019–2020 гг.), авторами использован экспертный метод. В качестве экспертов от промышленной организации для оценки кадровых рисков, возникающих в процессе обучения персонала с использованием информационных технологий, выступили линейные и функциональные руководители (таблица 2).
Таблица 2 – Оценка рисков промышленной организации

Кадровые риски	Эксперты			Сред.	Приоритет. P_i	Вес W_i	Оценка I_i
	1	2	3				
Планирование и маркетинг персонала:							
Неоптимальная списочная численность;	25,00	25,00	50,00	33,34	3	0,07	2,32
Недостаточный уровень квалификации в области информационных технологий	25,00	25,00	25,00	25,00	2	0,084	2,124
Управление мотивацией:							
Уход руководителей высшего звена	50,00	25,00	50,00	41,67	3	0,065	2,7
Отсутствие мотивации к обучению	50,00	50,00	25,00	41,67	3	0,066	2,8
Отторжение внедрения информационных технологий	25,00	25,00	75,00	41,67	2	0,08	3,2
Управление развитием персонала:							
Отсутствие понимания необходимости обучения	75,00	25,00	50,00	50,00	2	0,075	3,4
Получение неполного объёма информации	75,00	50,00	50,00	58,33	2	0,075	4,08
Утечка материалов обучения	25,00	25,00	50,00	33,33	2	0,077	2,58
Увольнение сотрудника после обучения	25,00	25,00	25,00	25,00	3	0,045	1,125
Обеспечение нормальных условий труда:							
Неэффективная организация труда персонала	50,00	0,00	75,00	41,67	4	0,065	2,6
Информационное обеспечение:							
Несвоевременное обеспечение полной информацией, необходимой для выполнения функциональных обязанностей	0,00	0,00	50,00	16,66	3	0,075	1,25

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Построен профиль кадровых рисков промышленной организации (таблица 3).

Таблица 3 – Профиль кадровых рисков организации

Кадровый риск	Оценка значимости	Оценка вероятности	Итоговая оценка
Получение неполного объема информации	0,25	0,6	0,147
Отсутствие понимания необходимости обучения	0,21	0,5	0,120
Отторжение информационных технологий	0,23	0,5	0,117
Неэффективная организация труда персонала	0,22	0,4	0,086
Уход руководителей высшего звена;	0,225	0,41	0,09
Отсутствие мотивации к обучению;	0,225	0,4	0,09
Потеря учебно-методических материалов процесса обучения	0,34	0,25	0,082
Неоптимальная списочная численность	0,16	0,5	0,081
Недостаточный уровень квалификации в области информационных технологий	0,17	0,3	0,065
Несвоевременное и качественное обеспечение полной и достоверной информацией, необходимой для выполнения трудовых обязанностей	0,3	0,15	0,045
Увольнение сотрудника после обучения	0,125	0,2	0,025

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Выводы. В качестве мер по минимизации выявленных кадровых рисков могут быть предложены следующие рекомендации:

- совершенствование политик информационной и кадровой безопасности и ознакомление с нововведениями всех категорий персонала;
- формирование качественного кадрового резерва для снижения угроз при реализации риска ухода руководителей высшего звена;
- проведение мероприятий, направленных на повышение уровня лояльности к применению информационных технологий в процессе обучения персонала;
- повышение мотивационной составляющей руководителей для освоения технологий предупреждения деструктивных конфликтов;
- формирование плана обучения персонала по проблемам информационной безопасности и его реализация с использованием системы дистанционного обучения.

Предложенные рекомендации позволят снизить вероятность возникновения кадровых рисков, и повысить эффективность выполнения производственных задач.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алавердов А. Р. Управление кадровой безопасностью организации: Учебник. – М. : Маркет ДС, 2010. – 176 с.
2. Дужан Т. Ю. Взаимосвязь кадровой и информационной безопасности при обучении сотрудников ОАО «РЖД» / Т. Ю. Дужан // Всероссийская научно-

практическая конференция «Современная парадигма и механизмы экономического роста российской экономики и ее регионов». – 2019. – Ч. 2. – С. 94–98.

3. Калмыкова О. Ю. Управление кадровыми рисками в промышленной организации / О. Ю. Калмыкова, А. Н. Фатхуллина // Человеческий капитал в условиях цифровой экономики: сборник трудов XI Всероссийского кадрового форума / Отв. ред. Г. П. Гагаринская. – Самара : Самар. гос. техн. ун-т, 2020. – С. 205–210.

4. Митрофанова А. Е. Кадровые риски и их оценка: Учеб. пособие / А. Е. Митрофанова, Д. К. Захаров, Р. А. Ашурбеков. – Государственный университет управления, Институт управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций ГУУ. – М. : Издательский дом ГУУ, 2016. – 135 с.

5. Митрофанова А. Е. Управление кадровыми рисками в работе с персоналом организации [Текст]: дис. Канд. Экон. Наук: 08.00.05.: защищена 17.10.09.: утв. 21.12.09 / А. Е. Митрофанова. – М., 2013. – 217 с. – 76307852513.

6. Оксина К. Э. Стресс-мониторинг для чего и как проводим методика оценки уровня стрессогенности организационной среды «Кадровик. Кадровый менеджмент». – № 5. – М., 2009. – С. 51.

7. Слободский А. Л. Риски в управлении персоналом: Учеб. Пособие. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 155 с.

8. Соломанидина Т. О. Кадровая безопасность компании: Учеб. пособие / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. – М. : Альфа-Пресс, 2011. – 688 с.

9. Ячменева В. М. Управление кадровыми рисками в обеспечении кадровой безопасности предприятий / В. М. Ячменева, А. С. Простяков // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: сборник трудов V Всероссийской научно-практической конференции, г. Симферополь, 16–17 апреля 2020 г. / научн. ред. В. М. Ячменевой; редкол. : И. М. Пожарицкая, Р. А. Тимаев, Т. И. Воробец. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2020. – С. 224–227. – ISBN 978-5-907310-31-5. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42790634>.

© Г. П. Гагаринская, О. Ю. Калмыкова, Е. А. Камаева

УДК 331.101

**ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТИТУТ, УЧАСТВУЮЩИЙ
В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА: ОЦЕНКА
СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

**EDUCATION AS AN INSTITUTE FOR THE FORMATION
OF HUMAN CAPITAL: ASSESSMENT OF THE STATE
AND PROBLEMS OF FUNCTIONING**

Галиев И. И., обучающийся в группе ЗУПм-1-19
Махиянова А. В., д. с. н., доцент
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», г. Казань

I. I. Galiev, student, gr. ZUPm-1-19
A. V. Makhyanova,
Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor
Kazan State Energy University, Kazan

Аннотация

В статье рассмотрены основные ступени образования: дошкольное и среднее образование, техникумы и вузы, которые в совокупности играют роль в формировании человеческого капитала. С помощью изучения общественного мнения дана оценка состояния и имеющихся проблем на каждой из ступеней образования.

Annotation

The article considers the main stages of education: preschool and secondary education, technical schools and universities, which together play a role in the formation of human capital. With the help of a questionnaire, an assessment of the state and existing problems at each of the levels of education is given.

Ключевые слова: образование, человеческий капитал, общественное мнение, оценка проблем.

Keywords: education, human capital, public opinion, assessment of problems.

Введение. В настоящее время многие ученые признают человеческий капитал самым важным ресурсом, который по значимости иногда превосходит материальные средства производства, выступая основным показателем конкурентоспособности и экономического процветания. А. Маршалл, как один из основоположников кембриджской школы, напрямую объединил развитие человека с богатством, называя человеческий капитал главным средством его накопления [2, с. 131].

Далее в научной мысли происходит конкретизация данной взаимосвязи. В частности, за основу берется не сам человек, а его знания, умения и навыки. Начинает признаваться тот факт, что человеческий капитал формируется на протяжении жизни человека под влиянием различных факторов: социально-демографических, экономических, институциональных и производственных. При этом формирование человеческого капитала предстает в виде непрерывного процесса, в котором первостепенную роль играет образование [1; 3].

Цель исследования. Посредством изучения общественного мнения дать оценку современному состоянию образования как институту формирования человеческого капитала, продемонстрировать имеющиеся проблемы на различных его ступенях. Материал статьи основан на итогах социологического исследования, проведенного в 2021 г. в Республике Татарстан. Объем выборки составил 1500 респондентов. Опрос проводился посредством анкетирования.

Результаты исследования. Респондентам было предложено оценить качество предоставляемых институтом образования услуг по пятибалльной шкале, в соответствии с которой «5» – наилучшая, а «1» – наихудшая оценка. Лидерами рейтинга стали детские сады (4,30) и вузы (4,24). Вторую позицию заняли школы и лицеи (по 4,18 и 4,15). На третьем месте расположились техникумы и профессиональные училища (колледжи) (4,07 и 3,92 балла).

Среди различных направлений деятельности ДООУ можно выделить три подгруппы. Первую составили те аспекты, которые наиболее удовлетворяют жителей республики. В нее вошли: режим работы детского сада, работа с детьми воспитателей, отношение нянечки и воспитателей к детям, удобство расположения, транспортная доступность, чистота помещений и работа с детьми

психологов (4,37; 4,3; 4,26; 4,23; 4,12; 4,09 и 4 балла). Во вторую группу вошли те аспекты, которые получили менее 4 баллов: благоустройство территории детского сада, качество питания, качество дополнительных услуг (кружков, секций), материально-техническая база и общее состояние здания организации (3,96; 3,94; 3,83; 3,73; 3,72 балла). Группу аутсайдеров составили общее состояние внутренних помещений и обеспечение мер пожарной безопасности (3,45 и 3,35 балла).

Треть респондентов в работе детских садов указала на такие проблемы, как нехватка нянь, воспитателей и недостаток игрушек (36,0; 35,2 и 32,4 %). Одна пятая часть опрошенных отметила высокую наполняемость групп и недостаточность развивающих игр (21,8 и 20,3 %). На нехватку дополнительных кружков пожаловались 14,5 % опрошенных. Менее актуальными проблемами в работе дошкольных учреждений являются: отсутствие развивающих игр для детей, грубость воспитателей по отношению к родителям и необходимость внесения денег для устройства ребенка (8,5; 6,3 и 5,2 %).

Относительно школ и лицеев согласно проведенному опросу, более трети опрошенных отметили такие проблемы, как нехватка учителей и невнимательное отношение к детям (36,5 и 28,3 %). Четверть респондентов указала на чрезмерную учебную нагрузку либо полностью отрицала наличие проблем (25,0 и 24,2 %). Одна пятая часть опрошенных высказала свое недовольство высокой наполняемостью классов и тем, что здание учебного заведения требует капитального ремонта (16,8 и 18,0 %). Одну десятую часть респондентов не удовлетворяют качество полученных по итогам обучения знаний, предвзятое отношение учителей к ребенку, постоянные дополнительные сборы денег (11,4; 11,2 и 9,4 %).

Наиболее актуальными проблемами в СПО являются слабая материально-техническая база и необходимость капитального ремонта здания (34,1 и 32,7 %). Каждый четвертый респондент указал на нехватку учебной литературы и неудовлетворительный уровень знаний по итогам обучения (25,2 и 24,3 %). Каждый пятый участник опроса либо отметил, что никаких проблем не возникло, либо пожаловался на отсутствие доступа к информационным ресурсам, необходимым для учебной и научно-практической деятельности, и нехватку мест в общежитии (21,8; 21,4 и 20,6 %).

На вопрос: «С какими проблемами Вам приходилось сталкиваться при посещении вуза?» треть опрошенных (33,1 %) ответила, что никаких проблем не возникло. В меньшей степени респонденты отметили наличие следующих проблем: чрезмерная учебная нагрузка, нехватка учебной литературы и мест в общежитии, отсутствие мест для иногородних студентов, нехватка квалифицированных преподавателей, высокая наполняемость группы, неудовлетворительный уровень знаний по итогам обучения, неудовлетворительная организация практической работы со студентами, слабая материально-техническая база (21,9; 19,3; 17,9; 16,7; 14,1; 12,6; 10,4 и 9,4 %).

В завершении опроса жителям был задан вопрос о том, недостаток каких учреждений образования ощущается в месте их проживания. Согласно результатам, больше всего востребованы ясли-сады (46,5 %). Одной трети населения не хватает вузов и детских садов (32,9 и 26,5 %). Одна пятая часть опрошенных нуждается в увеличении числа профессиональных училищ и

техникумов (17,9 и 15,2 %), менее всего актуально увеличение количества средних школ (11,8 %).

Выводы. В оценке населением уровня удовлетворенности спектром и качеством предоставляемых организациями образования Республики Татарстан услуг лидерами рейтинга стали детские сады и вузы. Вторую позицию заняли школы и лицеи. На третьем месте расположились техникумы и профессиональные училища. Такие характеристики ДООУ как режим работы детского сада, работа с детьми воспитателей, отношение нянечки и воспитателей к детям устраивают население, тогда как общее состояние внутренних помещений и обеспечение мер пожарной безопасности подвергаются критике. Треть респондентов в работе детских садов указала на такие проблемы, как нехватка нянь, воспитателей и недостаток игрушек.

Согласно рейтингу жителей, чьи дети посещают средние школы, их не устраивают организация внеурочной работы с детьми, организация выездных мероприятий, обеспечение мер пожарной безопасности, работа с детьми психологов и работа групп продленного дня.

Наиболее актуальными проблемами в СПО являются слабая материально-техническая база и необходимость капитального ремонта здания. Каждый четвертый респондент указал на нехватку учебной литературы и неудовлетворительный уровень знаний по итогам обучения.

По мнению респондентов, заслуживают высоких оценок такие показатели работы техникумов, как компетентность, профессиональный уровень преподавателей, программа обучения, отношение педагогов к детям, качество получаемых теоретических знаний.

Удобство расположения, транспортная доступность высокими оценками отмечено у вузов, тогда как в зону критики попали такие критерии, как обеспечение мер пожарной безопасности, качество выдаваемой учебной литературы и функциональная ценность библиотеки.

Улучшение материально-технического состояния образовательных учреждений и необходимость повышения профессионального уровня педагогического состава выступают лидирующими мерами, которые должны быть направлены на повышение качества государственных услуг, предоставляемых образовательными организациями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гарифуллина А. Ф. Повышение качества образования как элемент конкурентоспособности вуза / А. Ф. Гарифуллина, Э. Ф. Хузиева // Проблемы управления качеством образования. Сборник статей XII Всероссийской научно-практической конференции. Пензенский государственный аграрный университет (Пенза), 2019. – С. 51–53.

2. Маршалл А. Принципы политической экономии. – М. : Прогресс, 1983. – 416 с.

3. Хузиева Э. Ф. Школы и детские сады в зеркале социологических исследований // Казанский педагогический журнал Казань. – 2019. – № 2. – С. 189–193.

© И. И. Галиев, А. В. Махиянова

**ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**LOYALTY OF EMPLOYEES AS A FACTOR OF INCREASING
THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE**

Кудрявцева Е. Ю., обучающаяся группы М-б-о-182

Научный руководитель:

Османова З. О.,

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,

Институт экономики и управления, г. Симферополь

H. Y. Kudryavtseva, student, gr. M-b-o-182

Scientific Adviser:

Z. O. Osmanova,

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе исследованы сущность понятий «лояльность персонала» и «эффективность работы предприятия». Определена значимость и взаимосвязь лояльности персонала и эффективности деятельности предприятия.

Annotation

The paper investigates the essence of the concepts of “personnel loyalty” and “enterprise efficiency”. The importance and relationship of personnel loyalty and the efficiency of the enterprise has been determined.

Ключевые слова: лояльность работников, предприятие, эффективность деятельности предприятия.

Keywords: loyalty of employees, the enterprise, the efficiency of the enterprise.

Введение. Современная рыночная ситуация описывается процессами глобализации, высоким уровнем конкуренции и стремительно меняющимися условиями ведения бизнеса. Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности его деятельности. В свою очередь эффективность деятельности предприятия находится в тесной и непосредственной зависимости от работы персонала. Квалификация и компетенции персонала играют важную роль в повышении эффективности деятельности предприятия. Одновременно с уровнем квалификации и степенью владения профессиональными компетенциями эффективность деятельности предприятия зависит от заинтересованности персонала в высоких личных и командных результатах труда, их заинтересованности в успешной деятельности предприятия и стремлении к ее повышению. В связи с этим определенную актуальность обретают вопросы формирования лояльности персонала как фактора повышения эффективности деятельности предприятия.

Исследования, посвященные вопросам формирования лояльности персонала, являются сравнительно новыми. Среди западных ученых сущность и опыт практического применения лояльности изучались К. Беккером, Р. Бэйроном, Дж. Гринбергом, Л. Портером, Д. Шульцом. Исследованием лояльности среди отечественных ученых занимались В. И. Доминьяк, В. В. Столин, А. Я. Кибанов, К. В. Харский, А. В. Ковров, Н. С. Носова и другими. Однако вопросы лояльности персонала как фактора повышения эффективности деятельности предприятия нуждаются в последующих исследованиях.

Цель исследования заключается в изучении лояльности персонала как фактора повышения эффективности деятельности предприятия.

Результаты исследования. Для понимания взаимосвязи между лояльностью работников и эффективностью деятельности предприятия необходимо понять общую сущность этих категорий.

Исследованием понятия «лояльность персонала» занимались и занимаются многие ученые, однако каждый из них трактует его по-своему. Например, отечественные ученые определяя «лояльность» используют такие синонимы как «благожелательность», «верность», «вовлеченность», при этом иностранные ученые применяют такой термин как «commitment», который в переводе на русский язык означает «приверженность к чему-либо» [3]. Т. е., согласно их мнению, категория «лояльность» может соотноситься со всеми перечисленными словами.

Наиболее разработанной и распространенной является модель организационной лояльности Дж. Мейера и Н. Аллена [1], которая сводится к представлению организационной лояльности в виде крепкой связи работника с предприятием, что препятствует быстрому выходу из нее. Для обозначения компонентов модели авторы выделяют аффективную, нормативную и продолженную лояльность. Первая компонента отражает эмоциональную привязанность работника к предприятию. Нормативная компонента измеряет степень ощущения обязательств перед предприятием. Продолженная лояльность рассматривается как связь предприятия и работника, основанная на осознании последним потерь, обусловленных увольнением. Исследователи указывают на многомерность анализируемого конструкта, подразумевая относительную независимость каждого из измерений. Подобные компоненты содержат также модели Л. Портера, который рассматривает лояльность как силу идентификации и причастности работника к предприятию.

Р. Моудей, Р. Стирс и В. ЛаМастро трактуют «лояльность» как стремление работника поддерживать принадлежность к предприятию, принимать и разделять его цели и ценности, а также прилагать усилия для развития деятельности предприятия [1].

В исследованиях российского ученого В. И. Доминьяка под лояльностью понимаются отношения работников, построенные на доверии, взаимном уважении, при котором они стремятся достичь общих стратегических целей предприятия, соблюдая правила и следуя нормам, принятым в нем [3].

А. Я. Кибанов ввел понятие «поведение работников организации, эффективное для нее» [4]. В соответствии с таким подходом такое поведение проявляется в том, что работники надежно и добросовестно выполняют свои обязанности, готовы ради интересов предприятия в условиях изменяющейся

ситуации выходить за рамки своих непосредственных обязанностей, прилагая дополнительные усилия, проявляя активность, находят возможности для сотрудничества. Такое поведение работников можно назвать лояльным.

Таким образом лояльность служит характеристикой персонала, связанной с приверженностью предприятию, одобрением его целей, средств и способов их достижения, открытостью трудовых мотивов.

Наиболее распространенное определение понятия «эффективность» было дано английским экономистом Д. Рикардо, который определил экономическую эффективность как отношение результата к определенному виду затрат. Отечественный ученый И. Павленко подразумевает под «эффективностью» комплексную оценку конечных результатов использования трудовых, материальных, информационных и финансовых ресурсов предприятия в производстве товаров и предоставлении услуг за определенный срок. В. Андрийчук понимает экономическую эффективность как результативность определенного действия, процесса, что измеряется соотношением между полученным результатом и затратами [5].

Таким образом, эффективность деятельности предприятия — это положительный результат работы предприятия, при котором затраты на осуществление всех видов деятельности ниже, чем полученная прибыль.

Лояльность персонала можно отнести к социальным факторам повышения эффективности деятельности предприятия. Лояльность персонала зависит от системы стимулирования, которая способствует вовлеченности персонала в производственные и управленческие процессы деятельности предприятия. Предприятия, на которых реализуются стратегия и тактика управления лояльностью персонала, формируют для своих сотрудников оптимальные условия для успешной профессиональной самореализации и удовлетворенности различными аспектами выполняемой ими работы. Персонал в таких предприятиях в ответ на благожелательное отношение, будет «преданно работать». Например, работники будут полностью разделять корпоративные ценности, будут ощущать собственную причастность к деятельности предприятия, а также будут планировать будущие перспективы исходя из перспектив развития предприятия. И, как результата, — работники самостоятельно будут стремиться прилагать максимум усилий для более результативного и эффективного выполнения своих трудовых обязанностей, т. е. максимизировать личный вклад в стратегическое развитие и успех деятельности предприятия в целом.

Реализация мероприятий по повышению лояльности персонала в рамках общей направленности на повышение эффективности деятельности предприятия может включать следующие действия [2]:

- определение основных мотивационных факторов персонала с целью построения грамотной системы стимулирования труда;
- сопоставление выявленных факторов мотивации персонала со стратегическими целями и задачами предприятия на определенный период;
- установление основных направлений системы стимулирования труда персонала на определенный период;
- оценка системы стимулирования труда по направлениям (одна из таких оценок — это оценка лояльности работников) на предмет выполнения поставленных стратегических целей и задач посредством мотивационных факторов;

– трактовка результатов оценки и формулировка выводов об эффективности или неэффективности деятельности предприятия за счет мероприятий, направленных на оптимальность использования трудовых ресурсов посредством выявленных мотивационных факторов, которые необходимы для формирования лояльности к предприятию со стороны персонала.

Выводы. Повысить эффективность деятельности предприятия можно, в т. ч. При помощи управления лояльностью персонала. Под лояльностью персонала понимается характеристика персонала, при которой наблюдается приверженность предприятию. Лояльные работники отличаются следующим:

- отождествляют проблемы предприятия со своими проблемами;
- готовы приспосабливаться к переменам в деятельности предприятия;
- могут творчески подходить к заданиям;
- прикладывают все усилия для достижения целей деятельности предприятия.
- дорожат своим рабочим местом на конкретном предприятии;
- добросовестно выполняют свои обязанности и готовы выходить за их рамки в интересах деятельности предприятия;
- готовы принимать ответственность;
- не только сами стремятся как можно лучше выполнить свою работу, но нередко побуждают к этому и своих коллег.

От степени лояльности персонала будет зависеть долговременное, позитивное отношение работников к предприятию, их заинтересованность в его успешной деятельности, поэтому очень важно и целесообразно заботиться об управлении лояльностью в рамках общей стратегии управления деятельностью предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антошкина Е. А. Понятия «лояльность», «лояльность к организации» в психологических исследованиях / Е. А. Антошкина, Е. М. Бохорский // Актуальные проблемы психологического знания. – 2020. – № 3-4(54). – С. 1–7. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45661660> (дата обращения: 11.06.2021).

2. Давлетов А. Р. Лояльность работников как фактор влияния на эффективность работы предприятий // Наука без границ. – 2020. – № 9(49). – С. 28–33. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/loyalnost-rabotnikov-kak-faktor-vliyaniya-na-effektivnost-raboty-predpriyatiy/viewer> (дата обращения: 09.06.2021).

3. Иванова Н. Е. Лояльность персонала как феномен / Н. Е. Иванова // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 2(26). – С. 23–28. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38584863> (дата обращения: 09.06.2021).

4. Сардак Е. В. Удовлетворенность трудом в системе управления лояльностью персонала / Е. В. Сардак // Формула менеджмента. – 2019. – № 1. – С. 13–17. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/udovletvorennost-trudom-v-sisteme-upravleniya-loyalnostyu-personala/viewer> (дата обращения: 10.06.2021).

5. Узбекова И. К. Эффективность производства, понятие, сущность, виды и основные показатели эффективности деятельности предприятия / И. К. Узбекова, О. В. Киселева // Форум молодых ученых. – 2019. – № 5 (33). – С. 1264–1270. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39242044> (дата обращения: 11.06.2021).

© Е. Ю. Кудрявцева, З. О. Османова

**НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО
КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ КОММУНИКАЦИИ
В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРУКТУРЕ**

**CONTINUOUS DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL
ON THE EXAMPLE OF COMMUNICATION
IN THE PRODUCTION STRUCTURE**

Помогайбина А. Ю., аспирант
Научный руководитель:
Гагаринская Г. П., д. э. н., профессор
ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет», г. Самара

A Yu. Pomogaibina, graduate student
Scientific Adviser:
G. P. Gagarinskaya,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Samara State Technical University, Samara

Аннотация

В статье рассматриваются основные составляющие человеческого капитала, процессы и практики формирования эффективного кадрового потенциала предприятия для достижения производственных результатов предприятия. Приведены ключевые механизмы адаптации и коадообразования персонала.

Annotation

The article considers the main components of human capital, processes and practices of forming an effective human resource potential of the enterprise to achieve the production results of the enterprise. The key mechanisms of adaptation and team building of personnel are given.

Ключевые слова: человеческий капитал, кадровый потенциал, адаптация, производственный процесс, коадообразование.

Keywords: human capital, human resource potential, adaptation, production process, team building.

Введение. Одним из важных элементов рыночных отношений является человеческий капитал, который рассматривается как главный инструмент компании по достижению производственных результатов. В связи с этим, изучение непрерывного развития человеческого капитала на примере коммуникации в производственной структуре становится актуальным.

Актуальные вопросы, раскрывающие теоретические и практические аспекты эффективного развития человеческого капитала, отражаются в трудах многих отечественных и зарубежных ученых и специалистов. Среди них Г. Беккер, Дж. Минцер, В. Петти, Т. Шульц, И. Фишер, В. Мау и др.

Цель исследования выявление общих тенденций управления человеческим капиталом для эффективного их применения в производственной структуре предприятия.

Результаты исследования. Человеческий капитал как научное понятие рассматривается и используется с двадцатого столетия, ведь именно тогда впервые лучшие умы науки начали изучать его составляющие. В начале изучения этого термина человеческий капитал был рассмотрен как набор физических и интеллектуальных характеристик таких как: физическое здоровье, образование, способности и опыт. С течением времени при рассмотрении его в других контекстах к этому термину также стали относить мотивацию к труду, компетенции, культурные и религиозные особенности личности, гибкость, ценностные ориентиры и т. д. Обобщая все перечисленные характеристики человеческого капитала, можно сказать, что основными его составляющими являются: здоровье, как физическое, так и эмоциональное, знания, профессионализм, культура и мотивация к труду.

Если рассматривать понятие человеческого капитала в разрезе его использования в современной экономике России, то мы понимаем, что сегодня в век огромного количества доступной информации и высокого уровня жизни у человека есть возможность непрерывного развития человеческого капитала самостоятельно. При этом мы должны понимать и то, что вседоступность информации также является не только преимуществом, а скорее ограничивающим фактором, ведь сегодня плотность информационного шума очень велика, а это неоспоримо влияет на способность воспринимать и обрабатывать потоки информации [1].

Сегодня производство — это в большей степени не человеческий труд, а автоматизированная система, контроль и поддержание которой и осуществляет работник. Поскольку ежегодно в производственный процесс вносятся коррективы, проводится модернизация процессов и оборудования – персоналу приходится адаптироваться под новые реалии, проходя обучение, повышая квалификацию, иногда даже возникает необходимость переквалификации или смены деятельности в связи с автоматизацией. В современных реалиях сотрудникам необходимо поддерживать личный процесс непрерывного развития человеческого капитала, в противном случае человек становится не выгоден работодателю, от чего потом он же сам и страдает. Ведь от уровня развития человеческого капитала каждого отдельного сотрудника компании напрямую зависит и кадровый потенциал предприятия. Довольно сложно быстро и качественно найти замену выбывшему члену команды [2].

В настоящее время нельзя представить на лидирующих позициях не социально ответственную организацию. Лидеры производственной сферы России в своих ежегодных отчетах акцентируются сегодня не только на увеличении мощностей, реализованных продукции и сырья, но и на социальной политике организации.

Компании способствуют непрерывному развитию человеческого капитала с помощью систем льгот и гарантий работникам, обучения и развития персонала, корпоративной культуры и внутренних коммуникаций на предприятиях. Именно эти показатели влияют на 5 самых важных составляющих: здоровье, как

физическое, так и эмоциональное, знания, профессионализм, культура и мотивация к труду [4].

На примере промышленных компаний можно проследить тенденцию к поощрению непрерывного развития человеческого капитала: организации формируют систему, нацеленную на данный процесс — это корпоративная программа компании «Школа Вуз Предприятие». Компания имеет профориентированные классы в обыкновенных школах регионов присутствия. Такие классы имеют физико-химический уклон или другую направленность. В них ведется профориентационная работа, проводятся командообразующие мероприятия и экскурсии на предприятия. После окончания такого класса, компания помогает с целевым направлением в профильный ВУЗ, после чего молодой специалист возвращается работать на предприятие, где за ним закрепляется наставник. Такая система как раз формирует не только багаж знаний у молодежи, но и профессиональную ориентированность, причастность к коллективу компании, а также возможность развития талантов и потенциала будущего работника. Как показывает практика, именно бывшие выпускники профильных классов, легче адаптируются на производстве, быстрее обучаются и имеют большую мотивацию к профессиональному росту. Конечно, такая практика нацелена не только на возвращение нового поколения талантливой и умной молодежи, но и в первую очередь на привлечение персонала и развитие кадрового потенциала компании – кадрового капитала.

Одним из направлений адаптации молодежи на предприятиях является их вовлечение в научно-исследовательскую деятельность. Компания ежегодно проводит научно-технические конференции для своих молодых специалистов. Такие мероприятия:

- выявляют лучшие потенциальные проекты для внедрения и реализации;
- позволяют выявить потенциальных лидеров производственной и научной сферы среди молодого поколения работников;
- привлекают молодежь к научно-исследовательской деятельности, результатами которой иногда даже становятся патенты их собственных изобретений и разработок;
- помогают осуществлять обмен опытом и формировать долгосрочные коммуникационные связи между работниками разных дочерних Обществ.

Благодаря такой научной практике у молодых работников повышается профессиональный уровень компетенций, практический навык деловой и массовой коммуникации, вовлеченность в корпоративную культуру, а значит, наращивается человеческий капитал.

Помимо привлечения молодой аудитории на производство, тенденцией 2010-х стала ориентация на здоровый образ жизни, то есть на один из важнейших ресурсов человеческого капитала – здоровье.

После 90-х и 2000-х, противоположных по смыслу, в России довольно сложно было перестроить общественное мнение о спорте и здоровом образе жизни. Но благодаря массовым коммуникациям и пропаганде спорта и ЗОЖ со стороны государства сегодня эта тенденция очень популярна, как среди простых обывателей, так и в разрезе работы с персоналом. По данным исследования Nielsen, уже 67 % россиян следят за своим рационом, чтобы избежать заболеваний. Около 39 % опрошенных стремятся ограничить количество жиров и

сахара, а 74 % потребителей внимательно изучают этикетки продуктов на предмет содержания пальмового масла и Е-добавок [5].

Здоровье и спорт являются одними из основных направлений корпоративной культуры успешных крупных компаний. Работодатели устраивают спортивные комплексы для корпоративных спортивных тренировок своих сотрудников, проводят спартакиады и соревнования. На многих предприятиях России созданы специальные системы здорового питания и комплексы спортивно-оздоровительных мероприятий, в которые массово вовлекаются работники. Ежегодно во всех регионах России поощряется участие работников промышленных предприятий в массовой сдаче нормативов ГТО.

В настоящее время для большинства офисных работников характерны большие эмоциональные и психологические нагрузки, сидячий образ жизни, работа в режиме многофункциональности и многозадачности, большая нагрузка на мозг, выраженная в обработке большого объема информации в сжатые сроки. Формирование и культивация здорового образа жизни в трудовых коллективах нацелена на устранение негативных факторов, влияющих на здоровье сотрудников. Примером важности пропаганды программ оздоровления на предприятиях является опыт некоторых представителей промышленных предприятий, которые отследили положительную тенденцию улучшения самочувствия работников, после выдачи им абонементов в фитнес-центры, стало меньше больничных по заболеваниям опорно-двигательного аппарата, кишечного тракта и вирусных заболеваний. Можно сделать вывод, что привлечение к спорту работников улучшило коллективный иммунитет в трудовом коллективе.

Выгоды для работника в участии в таких оздоровительных программах очевидны: это повышение иммунитета и уровня энергии, улучшение самочувствия, настроения и качества жизни. Выгода для работодателя — это здоровая рабочая сила, сокращение оттока кадров, увеличение производительности труда, заряд мотивации персонала, сокращение количества больничных листов.

Результаты такой просветительской работы и культивации принципов здорового образа жизни в коллективе положительно влияют на:

- повышение производительности труда работников;
- сокращение утомляемости и производственного травматизма по неосторожности;
- снижение уровня затрат на медицинское обслуживание;
- активность работников в корпоративной жизни предприятия.

Все это можно считать частью непрерывного развития одной из составляющей человеческого, а значит кадрового капитала.

Акио Морита — основатель корпорации Sony — один из великих людей двадцатого столетия очень четко сформулировал актуальность непрерывного развития человеческого капитала на примере своих подчиненных: «Но, в конце концов — и я подчеркиваю это — как бы вы ни были хороши или удачливы и как бы вы ни были умны и ловки, ваше дело и его судьба находятся в руках тех людей, которых вы нанимаете» [3, с. 152]. То есть, степень развития человеческого капитала коллектива предприятия определяет успешность и качество работы производства.

Выводы. На основе исследования непрерывного развития человеческого капитала на примере коммуникации в производственной структуре можно утверждать, что современная система управления человеческим капиталом становится все более личностно ориентированной. Поэтому важно при развитии персонала в производственной структуре учитывать индивидуально-личностные качества каждого из участников взаимодействия, потому что только тогда организация сможет получить более мотивированных, квалифицированных и профессионально зрелых сотрудников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виханский О. С. Менеджмент: Человек, стратегия, организация, процесс / О. С. Виханский, О. И. Наумов. – М. : Дело, 2014. – 383 с.
2. Мау В. А. Человеческий капитал: вызовы для России / В. А. Мау. – М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. – 32 с.
3. Морита А. «Sony. Сделано в Японии»: История фирмы «Сони» / Акио Морита ; При участии Э. М. Рейнголда, Мицуко Симомуры; Пер. с англ. О. Г. Радыновой, С. В. Щеглова; Общ. Ред. И вступ. Ст., [с. 5–38], А. Ю. Юданова. – М. : Прогресс, 1990. – 408 с.
4. Чанько А. Д. Команды в современных организациях: Учебник. Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 408 с.
5. Nielsen: Привередливые и здоровые: российские потребители тщательно подходят к выбору продуктов [Электронный ресурс]. – URL: <https://russretail.ru> (дата обращения: 17.09.2021)

© А. Ю. Помогайбина

УДК 658:377.4

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ СТАНДАРТОВ ПРОИЗВОДСТВА И КАЧЕСТВА РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ

IN-HOUSE TRAINING AS A FACTOR IN IMPROVING PRODUCTION STANDARDS AND THE QUALITY OF WORK OF EMPLOYEES

Севастьянова О. В., к. э. н.

Гаврина Е. А., обучающийся группы М-м-о-211
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O. V. Sevastyanova, Candidate of Economic Sciences

E. A. Gavrina, student, gr. M-m-o-211

V. I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассматривается сущность внутрифирменного обучения как фактора повышения стандартов производства и качества работы сотрудников. Выделены основные виды, формы и методы, используемые при обучении персонала, а также способы оценки их эффективности.

Annotation

This paper examines the essence of in-house training as a factor in improving production standards and the quality of employees' work. The main types, forms and methods used in personnel training, as well as ways of assessing their effectiveness, are highlighted.

Ключевые слова: внутрифирменное обучение, развитие персонала, стандарты производства, качество работы.

Keywords: in-house training, personnel development, production standards, quality of work.

Введение. Эффективность деятельности любой компании напрямую зависит как от уровня управления производством, так и от квалификации персонала и уровня его компетенции. В современных постоянно меняющихся условиях и высокой конкуренции, внутрифирменное обучение является важнейшим, жизненно необходимым фактором успеха организации. Ориентируясь на потребности конкретного рынка, учиться и повышать как собственную квалификацию, так и квалификацию сотрудников приходится непрерывно. Проблема привлечения квалифицированных кадров остается открытой, что вынуждает организации самостоятельно заниматься обучением. Наиболее перспективным и приемлемым как для работников, так и для предприятий в данных обстоятельствах является внутрифирменное обучение.

Цель исследования. Изучить сущность внутрифирменного обучения как фактора повышения стандартов производства и качества работы сотрудников.

Результаты исследования. «Внутрифирменное обучение персонала – это особая система обучения персонала, ориентированная на персонал конкретного предприятия, строящаяся на решении специфических для данной организации проблем, обеспечивающая профессиональное развитие сотрудников и проводимая как на территории предприятия, так и в корпоративных учебных центрах с привлечением как собственных, так и внешних преподавателей» [3, с. 6].

Повышения квалификации сотрудников, их обучение и адаптация напрямую влияет не только на финансовые показатели фирмы, но и на положительную мотивацию сотрудников, что, безусловно, тоже важно. Большинство людей стремится показать себя с лучшей стороны, поэтому для стимулирования обучения, повышения стандартов производства и качества работы, необходимо создавать атмосферу, которая будет способствовать организационному обучению.

Обучение персонала является важной составляющей успеха, поэтому овладение работниками новыми знаниями, умениями и навыками обеспечивает эффективное развитие и поддержание конкурентоспособности организаций.

Существует три основных вида обучения персонала: подготовка, переподготовка и повышения квалификации.

1. Подготовка даёт специальные знания, умения и навыки, необходимые для выполнения конкретной работы.

2. Переподготовка дает новые знания, умения и навыки при смене профессии.

3. Повышение квалификации дает дополнительные знания в связи с повышением или ростом требований к профессии.

Все методы обучения могут быть разделены на две группы:

1. Обучение на рабочем месте;
2. Обучение вне рабочего места.

Обучение вне рабочего места включает все виды обучения за пределами самой организации. Такое обучение позволяет отделить обучающихся на какое-то время от повседневной трудовой деятельности. Процесс обучения в данном случае лучше спланирован, дидактически глубже проработан [2, с. 148].

Обучение вне рабочего места может быть выражено в виде: лекции, семинара и тренинга.

1. Лекции. Лекции это самый популярный и один из самых сложных видов обучения. Данный метод не подразумевает обратной связи, но имеет широкий охват, что позволяет проводить обучение сразу для сотни человек. Данный метод имеет больше недостатков, нежели преимуществ: чтобы увлечь аудиторию, лектор должен быть хорошим оратором, метод основывается на подаче материала, без мониторинга и оценки результатов.

2. Семинары. Данный метод основывается на двухстороннем общении: участники обмениваются мнениями, задают вопросы, оспаривают мнение друг друга. Обучение происходит на основе кейсов, бизнес-игр, мозговых штурмов. Данный метод более эффективен благодаря обратной связи, которая позволяет определить, насколько хорошо сотрудники понимают материал. В отличие от лекций, семинары могут проходить в группах численностью до 25 человек.

3. Тренинги. Тренинги похожи на семинары, но вместо теории здесь упор на разбор ситуаций. Данный метод позволяет сотруднику быстрее приобретать знания, обмениваться опытом, а также приобретать и закреплять материал, не изучая «кейсы» и моделируя ситуации. Данный метод наиболее эффективен при условии регулярности и постоянной практике.

«Обучение на рабочем месте характеризуется непосредственным взаимодействием с повседневной работой. Оно является более дешевым и оперативным, облегчает вхождение в учебный процесс работников, которые не привыкли к обучению в аудиториях» [2, с. 148].

Обучение на рабочем месте, это: наставничество, делегирование, метод усложняющихся заданий.

1. Наставничество. Наставничество подразумевает обмен опытом, когда опытный сотрудник делится знаниями с новичком. Преимущество такого метода заключается в его системности. Опытный сотрудник делится не только знаниями, но и опытом, структурируя материал и поясняя всё доступным для сотрудника языком, наставник помогает закрепить знания, исправляет ошибки, а также может дать советы.

2. Делегирование. Делегирование подразумевает передачу работникам полномочий принятия решений в пределах заданной работы. Делегирование дает руководителю возможность оценить сотрудника, посмотреть, на что он способен. Данный метод требует доверия, но, наряду с этим выполнение работы должно происходить под контролем.

3. Метод усложняющихся заданий. Метод усложняющихся заданий — это специальная программа рабочих действий, выстроенная по степени их важности,

расширения объема задания и повышения сложности. Данный метод подразумевает постепенное усложнение задач, которые предстоит решить работнику. Постепенно увеличивается объем задач, затем поручаются более важные задачи. Руководитель, поручая задания, позволяет работнику учиться на собственном опыте.

В условиях постоянного усовершенствования технологий, компетенции персонала стремительно устаревают, поэтому на каждом этапе внедрения и осуществления процесса обучения, требуется оценка. Оценка должна проводиться для отслеживания результатов, предотвращения сопротивления, а также для снижения затрат в процессе обучения.

Оценить результат можно благодаря динамике показателей: роста прибыли, освоения новых сегментов рынка, уровня оптимизации продаж, улучшения качества выпускаемой продукции, а также минимизации брака.

Наиболее эффективной методикой оценки результативности внедрения подобных мероприятий является экспертная оценка, которая предусматривает привлечение эксперта, сравнение результатов как до момента получения профобразования, так и после него [1].

Основные оценочные показатели, используемые экспертами:

1. Увеличение прибыли.
2. Расширение рынков сбыта.
3. Оптимизация продаж.
4. Повышение качеств продукции.
5. Сокращение доли брака.

По окончании обучения организация должна получить: повышение индивидуальной эффективности, оптимизацию коммуникаций, повышение производительности, эффективность, а также прибыль.

Выводы. На основе проведенного исследования, определено, что современная система образования, нестабильность окружающей среды, вынуждают организацию задействовать в своей деятельности внутрифирменное обучение. Повышение квалификации сотрудников, их обучение и адаптация влияет как на финансовые показатели фирмы, так и на положительную мотивацию сотрудников. В рамках данной работы были выделены три основных вида обучения персонала: подготовка, переподготовка и повышения квалификации, а также изучены методы обучения: на рабочем месте и вне его. В свою очередь, имея подготовленный персонал, работодатель получает возможность формировать профессиональные команды, обладающие потенциалом решения самых сложных задач.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ананченкова П. И. Корпоративное обучение как инструмент управления человеческими ресурсами / П. И. Ананченкова, В. И. Бураков, М. Г. Спасенникова // *Baikal Research Journal*. – 2019. – Т. 10, № 3. – С. 9. – DOI: 10.17150/2411-6262.2019.10(3).9.

2. Дейнека А. В. Управление персоналом организации : учебник / А. В. Дейнека. – Москва : Дашков и К, 2020. – 288 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573308> (дата обращения: 28.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03459-6.

3. Хасанова Г. Б. Внутрифирменное обучение : учебное пособие / Г. Б. Хасанова ; Казанский национальный исследовательский технологический институт. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612357>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-2494-7. – Текст : электронный.

© О. В. Севастьянова, Е. А. Гаврина

УДК 331.1

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

TO THE QUESTION OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

Тимофеев Р. А., к. э. н., доцент

Котова С. А., обучающаяся группы М-1-18

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», Институт цифровых технологий и экономики, г. Казань

R. A. Timofeev,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

S. A. Kotova, student gr. M-1-18

Kazan State Energy University, Institute of Economics and Digital Technologies, Kazan

Аннотация

Человеческий капитал сегодня, является самым ценным воспроизводимым фактором производства. Вследствие этого его развитие имеет особое значение как для отдельных субъектов экономики, так и в целом для всей глобальной экосистемы. Вопросы качества человеческого капитала требуют пристального внимания, и соответственно, проведение грамотной инвестиционной политики в сфере образования, здравоохранения и науки.

Annotation

Human capital today is the most valuable reproducible factor of production. As a result, its development is of particular importance both for individual economic entities and for the entire global ecosystem as a whole. The issues of the quality of human capital require close attention, and, accordingly, the implementation of a competent investment policy in the field of education, health care and science.

Ключевые слова: человеческий капитал, трудовые навыки, потенциал человека, человеческие ресурсы.

Keywords: human capital, labor skills, human potential, human resources.

Введение. Ситуация в экономике постоянно меняется, поэтому остро встаёт вопрос о новых путях развития человеческого капитала. Благодаря этому постоянно расширяется рынок образовательных услуг, он стал более технологичным, чем значительно расширил свои возможности.

Цель исследования. Изучить теоретические аспекты человеческого капитала и его развития.

Результаты исследования. Понятие «Человеческий капитал» вошло в обиход и приобрело четкую формулировку в 1961 году. Впервые определение ему дал Теодор Шульц, американский экономист. Он считал, что показатель успешных инвестиций – эффективная деятельность для пользы общества, развитие трудовых навыков и физическое состояние человека. По теории ученого, инвестициями в человеческий капитал принято считать затраты на образование и укрепление здоровья. Позже последователи Шульца развили тему, выделив особенности развития человеческого капитала и определили факторы, которые на него влияют.

Так, например, Саймон Кузнец после скрупулёзного изучения успешного опыта передовых стран пришел к выводу, что главным условием развития экономики является именно человеческий капитал. А экономист Эдвард Денисон считал уровень образования показателем качества человеческого капитала. Со временем теория расширилась описанием значения здоровья, эмоционального состояния и прочих факторов.

Теория человеческого капитала формировалась в течении довольно продолжительного времени. Её суть сводится к следующим положениям:

- любой трудящийся в течении жизни приобретает определённые знания и навыки и применяет их в различных сферах деятельности;
- чем выше материальное благосостояние человека, тем больше его заинтересованность в дальнейшем развитии;
- применение знаний и умений человека необходимо для повышения производительности труда и, как следствие, роста экономической эффективности;
- для приобретения полезных знаний и навыков необходима правильная мотивация и стимулирование;
- отказ от текущих потребностей, в которых нет крайней необходимости в пользу формирования трудового потенциала – гарантия повышения уровня благосостояния в будущем [1].

Виды и структура человеческого капитала.

По мнению ученых формирование человеческого капитала – процесс довольно длительный. Если рассматривать его на примере отдельно взятого человека, то это в среднем 15–20 лет.

Считается, что уже к 3 годам у ребёнка формируется запас информации для начала развития талантов и обладания теми или иными навыками.

Дальнейшее развитие и реализация потенциала человека зависит от того, насколько грамотно будет организовано обучение именно в детском возрасте [2].

13–23 года. В этом возрасте самое активное обучение. В это время раскрываются способности молодого человека, он способен самостоятельно расставлять приоритеты. Чем выше уровень знаний, приобретенных в этот период, тем шире возможности повышения собственного благосостояния и, согласно теории Теодора Шульца, улучшения жизни общества и экономической ситуации в стране.

Человеческий капитал условно делится на несколько видов.

Общий. Это абсолютно информация и навыки, полученные за всю сознательную жизнь человека из всевозможных источников – семья, школа, окружающая среда и круг общения, учебное заведение, место работы и т. д.

Специфический. Это те знания и умения, которые имеют практическую ценность. Именно этот вид капитала служит своеобразной оценкой стоимости специалиста на рынке труда.

Согласно теории, выдвинутой американским Гэри Беккером, с точки зрения экономики люди представляют собой капитал наравне с техникой и прочим оборудованием, которым оснащено предприятие. Соответственно, деятельность компании успешна и рентабельна только в случае обладания качественным специфическим человеческим капиталом. Инвестирование в этом случае можно считать курсы повышения квалификации, тренинги и прочие виды обучения.

Положительный. Человеческий капитал, который обеспечивает полезную отдачу от инвестиций. Инвестициями в этом случае можно считать, например, вложения в повышения качества жизни населения, в развитие учебных заведений и системы образования в принципе.

Этот вид капитала считается самой инновационной частью человеческого капитала, потому что именно благодаря ему происходит развитие страны и улучшается качество жизни граждан.

Отрицательный (пассивный). Это вид человеческого капитала не даёт положительной отдачи в плане развития благосостояния общества и экономической ситуации в стране. Можно выделить так называемый индивидуальный человеческий капитал – знания и навыки, направленные на получение только личной выгоды, ни коим образом не улучшающие благосостояние общества и не влияющие на экономический рост страны. Сюда же можно отнести лжезнания или заблуждения, которые дают отрицательный результат [3].

Ярким примером отрицательного человеческого капитала могут служить некомпетентные руководители, которые не в состоянии создать благоприятные условия для развития предприятия, тем самым, не давая ему возможности конкурировать на рынке. Как следствие – небольшой доход сотрудников, отсутствие роста их материального благосостояния. Ещё один пример – коррумпированные чиновники, знания и умения которых направлены на достижение собственной выгоды, никак не влияющие на рост благосостояния общества.

Структура человеческого капитала

Современные ученые до сих пор работают над тем, чтобы выстроить понятие человеческого капитала по четкой структуре. Основоположник теории Беккер в качестве элементов, придающих теории некую систему, определил знания, навыки, мотивацию, энергию. По мере развития теории этот список значительно расширился. В него вошли природные способности, состояние физического здоровья, уровень образования, способность быстро принимать решения, общая культура.

Ученые пришли к выводу, что человеческий капитал должен развиваться по нескольким направлениям и структурировали этот процесс.

Физиологический капитал: физическое здоровье; эмоциональное состояние; продолжительность жизни; работоспособность (выносливость).

Интеллектуальный капитал: образование; уровень квалификации; теоретические знания; профессиональные навыки и умения.

Организационный капитал способность принятия решений; менеджмент [1].

Кроме того, ученые определили факторы, по которым идет постоянное развитие человеческого капитала и распределили их по группам.

Человеческие ресурсы находятся в постоянном развитии, хотя надо отметить, что в разных странах ситуация отличается. Для удобства проведения сравнительного анализа был введен так называемый индекс человеческого капитала. Он рассчитывается ежегодно и публикуется аналитическим отделом Всемирного экономического форума при содействии специалистов Гарвардского университета и консалтинговой компании [2].

Для оценки уровня развития человеческого капитала в отдельно взятой стране на основе анализа 122 пунктов выставляются баллы от 0 до 100. В расчет берутся несколько параметров:

1. Доход, выраженный в валовом внутреннем продукте на душу населения.

2. Уровень образования, который рассчитывается исходя из доли учащихся от общего количества населения, уровня грамотности в целом.

3. Продолжительность жизни.

Уровень развития человеческого капитала напрямую зависит от усилий правительства и внутренней политики государства. Вот лишь некоторые меры, без которых прогресс просто невозможен:

– усилия, направленные на увеличение продолжительности жизни и укрепление здоровья населения;

– развитие и обеспечение доступного образования;

– повышение уровня благосостояния граждан, в том числе создание новых рабочих мест;

– создание государственных программ по доступности жилья;

– улучшение демографической ситуации в стране.

Выводы. Активное участие государства в развитии человеческого капитала позволяет снизить социально-психологическую напряжённость и создать условия для стабилизации ситуации и успешного развития страны в целом.

Все популярней становится межгосударственный обмен инновационными методиками. Установление связей между учебными заведениями и бизнесом дает возможность предпринимателям получить мотивированных молодых специалистов. У выпускников учебных заведений в свою очередь появляется шанс трудоустройства в успешную компанию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Иванова О. Человеческий капитал: развитие, основные принципы, теория и проблемы. – URL: <https://fb.ru/article/440133/chelovecheskiy-kapital-razvitie-osnovnyie-printsiyi-teoriya-i-problemyi> (дата обращения: 25.09.2021).

2. Шубат О. М. Формирование и развитие человеческого капитала на основе корпоративного образования / О. М. Шубат, Д. В. Мельников. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/86596/1/m_th_d.v.melnikov_2020.pdf (дата обращения: 27.09.2021).

3. Vuzlit.ru. Отрицательный, пассивный и положительный человеческий капитал. – URL: https://vuzlit.ru/759788/otritsatelnyy_passivnyy_polozhitelnyy_chelovecheskiy_kapital (дата обращения: 27.09.2021).

© Р. А. Тимофеев, С. А. Котова

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ
ПОТЕНЦИАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES
OF A MODERN ORGANIZATION**

Хузиева Э. Ф., к. соц. н., доцент
Регида О. И., обучающийся группы М-1-19
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», г. Казань

E. F. Khuzieva,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor
O. I. Regida, student gr. M-1-19
Kazan State Energy University, Kazan

Аннотация

В статье рассматривается формирование конкурентоспособности организации через концепцию рационального и эффективного использования кадрового потенциала компании, применения кадровой стратегии и ее влияние на отдачу работников в жизнедеятельности предприятия, прибыльность и конкурентоспособность организации. Актуальность рассмотрения данной темы состоит в том, что в современных организациях формирование и развитие кадрового потенциала является важным условием успешного функционирования любой компании и именно поэтому очень важным оказывается совершенствование механизмов развития персонала, направленных, прежде всего, на развитие имеющихся и потенциальных возможностей сотрудников.

Annotation

The article discusses the formation of the organization's competitiveness through a system of rational and effective use of the organization's human resources, the use of personnel strategy and the impact of personnel strategy on the return of employees in the life of the enterprise, the profitability and competitiveness of the organization. The relevance of considering this topic is due to the fact that in modern organizations the formation and development of human resources is an important condition for the successful functioning of any company and that is why it is important to improve the mechanisms for personnel development, aimed primarily at developing the existing and potential capabilities of employees.

Ключевые слова: кадровый потенциал, кадровая стратегия, управление кадрами, стратегическое управление.

Keywords: human resources, personnel strategy, personnel management, strategic management.

Введение. Следуя современным концепциям менеджмента, стратегическое управление кадрами компании регулирует создание конкурентных и квалифицированных кадровых ресурсов предприятия, учитывая существующие и будущие перемены во внешней и внутренней среде компании. Наличие такого

ресурса помогает развитию, выживанию и успешному достижению долгосрочных целей.

Стратегическое управление кадрами уместно рассматривать как часть основного управления предприятием, так как кадровая политика строится на общей стратегии организации. А стратегическое управление компанией, в свою очередь, основывается на постулате о том, что основным источником организации являются кадры [2].

Актуальность темы исследования на сегодняшний день состоит в важности формирования и развития кадрового потенциала как одного из важнейших факторов конкуренции любой организации. Так как человеческие ресурсы и эффективное управление этими ресурсами являются основой для существования, роста и развития, конкурентоспособности и успешной долгосрочной деятельности любой компании.

Кадровый потенциал — это общая черта персонала как одного из видов ресурсов, связанная с выполнением определенных функций и достижением целей перспективного развития предприятия; это имеющиеся и потенциальные возможности работников, которые используются и могут быть использованы в определённый момент времени. Кадровый потенциал является составной частью трудового потенциала предприятия [6].

Этап управления кадровыми ресурсами в организации несет в себе огромную ответственность руководства, так как грамотные, конкурентоспособные, высококвалифицированные и приобщенные к общей деятельности сотрудники — это важное условие для его эффективного функционирования. Люди являются важными ресурсами, которые способствуют развитию конкурентоспособности компании, а также росту экономических показателей [4].

Кадровая стратегия в организации является глубокой и важной частью системы управления персоналом. Именно благодаря этому можно повысить эффективность работников в жизнедеятельности предприятия. Она отвечает за регулирование связей между обучением, повышением квалификации, стимулированием труда и производственным процессом, что способствует компенсацией потребности компании в рабочей силе и повышению ее прибыльности и конкурентоспособности. Организации, которые не уделяют этому должного внимания, в конечном итоге терпят банкротство [3].

Цель исследования. Рассмотреть теоретические аспекты стратегического управления кадровым потенциалом современной организации.

Результаты исследования. Вне зависимости от идей, новых технологий или самых благоприятных условий для развития бизнеса, без хорошо обученного персонала невозможно достичь высоких показателей деятельности компании. Поэтому руководству следует уделять внимание кадровой разработке и ее развитию.

Кадровый потенциал организации следует рассматривать как общий уровень кадрового обеспечения для существования и развития компании. Реализация данной политики предприятия состоит из определенных мероприятий по управлению кадрами, включающая: планирование, отбор, найм, адаптацию, размещение трудовых ресурсов, обучение и подготовку персонала, продвижение по службе, методы стимулирования труда, условия работы и тому подобное [5].

Для характеристики кадрового потенциала организации, используются следующие качества его сотрудников, как:

- уровень квалификации и опыта, профессиональные знания, умения и навыки;
 - демографическая специфика;
 - психо-мотивационные особенности профессиональной деятельности;
- дополнительные качества, согласно характеристикам организации.

Цели стратегия управления кадровым потенциалом:

- Создание высокоперспективного кадрового резерва для удовлетворения будущих потребностей компании.
- Контроль уровня зарплаты, который должен соответствовать миссии отбора, удержания и продвижения сотрудников.
- Важная роль в развитии лидерских качеств на ведущих должностях.
- Планирование тренингов для повышения профессионального уровня сотрудников, создание соответствующей кадровой динамики внутри компании.
- Развитие систем качественной коммуникации между отделами и службами и между административным персоналом и другими сотрудниками.
- Разработка механизмов, позволяющих преодолеть психологическое неприятие изменений.

То есть, в общем смысле, цель стратегии управления кадрами состоит в изменении общей стратегии компании в форме увеличения перспектив вовлеченности сотрудников в будущем. Эта стратегия предназначена для координации внутренней и внешней среды компании, а также она направлена на долгосрочное развитие кадрового потенциала.

Кадровая политика бывает двух видов: открытой и закрытой. Она зависит от стратегии управления организации и уровню планирования. Например, при предпринимательской стратегии, открытая кадровая стратегия заключается в проведении таких мероприятий, как привлечение молодых специалистов, формирование требований к кандидатам и т. д. Если же кадровая политика закрытая, то создаются собственные центры и институты обучения и повышения квалификации персонала [7].

Сущность кадрового потенциала заключается, одновременно, в возможности принятия сотрудниками участия в общественно полезной деятельности в виде определенного производственного ресурса, а также, в – в характеристике особенностей работника, которые отображают степень развития его способностей, учитывая пригодность и подготовленность к выполнению определенных работ, его отношение к труду, готовность полностью вложить свои способности в деятельность организации.

Следует выделить, что формирование кадрового потенциала организации происходит за счёт вклада в развитие не только *hard skills* (профессиональные навыки и умения), но и в *soft skills* (личные качества). Совершенствование *hard skills* происходит при помощи обучения сотрудников, повышения квалификации, прохождения специализированных курсов и вебинаров. А вот работа над *soft skills* представляет собой развитие личных качеств посредством посещения сотрудниками тренингов, приглашение обученных коучей и т. д. Таким образом можно выделить несколько основных направлений формирования и развития кадрового потенциала [6].

Выводы. Управление кадровым потенциалом современной организации заключается в действиях по достижению организационных целей, за счет обеспечения нужного производственного поведения каждого из сотрудников или реализации организационных компетенций, непосредственно связанных с персоналом. Стратегия компании и кадровая политика в наше время – это показатель, который может сориентировать находится ли предприятие или фирма в тенденциях рынка. Люди – главный ресурс.

А также хотелось добавить, что образование кадрового потенциала представляет собой целенаправленный процесс развития ресурсов организации, который представляет собой не только профессиональные особенности персонала, но в том числе и личностные. То есть, разработка и развитие кадрового потенциала должно представлять собой комплексный подход к развитию персонала организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аллин О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. М. : Генезис, 2015. – 248 с.
2. Баринов В. А. Стратегический менеджмент / В. А. Баринов. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 236 с.
3. Карасев М. А. Персонал организации: понятие, структура и методы управления // Интернет-журнал «Наукоедение». – 2015. – Т. 7, № 5. – URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/57EVN515.pdf> (дата обращения: 21.09.2021).
4. Кнорринг В. Теория, практика и искусство управления. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 326 с.
5. Кузьмин М. А. Методические подходы к оценке кадрового потенциала: общий обзор / М. А. Кузьмин // Экономические науки. – 2011. – № 5. – С. 251–255.
6. Лобанова А. М. Бизнес-стратегия и кадровая политика / А. М. Лобанова // Информационные системы. – 2010. – № 5. – С. 17–19.
7. Тыгер Л. М. Современные требования к персоналу в системе управления человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства / Л. М. Тыгер, Е. Д. Горячева, Н. Л. Султаева, Н. В. Костикова, Л. М. Рудина // Интернет-журнал «Наукоедение». – 2016. – Т. 8, № 2. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/136TVN216.pdf> (дата обращения: 21.09.2021). – DOI: 10.15862/136TVN216.

© Э. Ф. Хузиева, О. И. Регид

УДК 331.1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕНДЕРНОЙ АСИММЕТРИИ НА РЫНКЕ ТРУДА В РОССИИ

ACTUAL PROBLEMS OF GENDER ASYMMETRY IN THE LABOR MARKET IN RUSSIA

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Розанова М. А., обучающаяся группы НАУ20-4
Корчагин А. А., обучающийся группы У19-3
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
M. A. Rozanova, student, gr. NAU 20-4
A. A. Korchagin, student, gr. U19-3
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

В статье рассмотрено влияние неравенства по половому признаку на рынок труда, проанализировано положение России на международном уровне с позиций ликвидации гендерной асимметрии, систематизированы показатели занятости и безработицы среди мужчин и женщин, рассмотрены проявления гендерной сегрегации на рынке труда в России.

Annotation

The article examines the impact of gender inequality on the labor market, analyzes the situation of Russia at the international level from the standpoint of eliminating gender asymmetry, systematizes the indicators of employment and unemployment among men and women, examines the manifestations of gender segregation in the labor market in Russia.

Ключевые слова: рынок труда, гендерное неравенство, занятость, заработная плата.

Keywords: labor market, gender inequality, employment, wages.

Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что преодоление гендерного неравенства на рынке труда является одним из приоритетных направлений развития государства. Равные возможности мужчин и женщин в вопросах карьерного продвижения, управления государством и оплаты труда благоприятно сказываются на социально-экономических показателях развития экономики страны. Вопросы преодоления гендерной асимметрии ставятся на повестку дня не только в России, но и на международном уровне. Данная проблема находит свое отражение в научных работах Задворновой Ю. С., Сарычевой Т. В., Тихоновой Н. Е. и других [2; 5; 6].

Цель исследования заключается в рассмотрении проблематики гендерной асимметрии на рынке труда в России.

Результаты исследования. Проблема гендерной асимметрии, особенно в условиях пандемии и законодательных ограничений, сказывается на благосостоянии граждан всех стран мира различным образом. В качестве ее проявлений на рынке труда могут выступать неравный уровень оплаты труда, различия в профессиональной мобильности, ограничения женского пола в вопросах трудоустройства (рабочие места и часы) и другое. Как отмечает Издательство Чикагского университета (The University of Chicago Press), гендерные различия в сфере занятости и предпринимательства обходится миру примерно в 15 процентов его ВВП [9].

Согласно ежегодному докладу Всемирного банка «Женщины, бизнес и закон 2021», на сегодняшний день женщины во всем мире имеют около трех четвертей всех прав, которыми законодательно обладают мужчины. Повышение уровня интеграции женщин в правовую среду государства, а именно увеличение количества политических деятелей женского пола, может способствовать повышению доли участия женщин в рабочей силе, и, соответственно, сделать их

менее уязвимыми в условиях кризиса на рынке труда. При этом, фактически в значительной части регионов стран реформы, нацеленные на преобразование ситуации, проводятся медленно или неравномерно. Так, в исследовании подчеркивается, что меры политического характера, такие как предоставление отпусков или выдача пособий, на фоне кризисного состояния экономики недостаточны для преодоления проблем работающих матерей.

Равное юридическое положение мужчин и женщин, по материалам доклада Всемирного банка, достигнуто в Бельгии, Канаде, Дании, Франции, Исландии, Ирландии, Латвии, Люксембурге, Португалии и Швеции. По результатам исследования 190 стран, Россия заняла 129 место в данном рейтинге, что на 7 позиций ниже значения предыдущего года. В качестве основной причины такого положения в исследовании указывается неравноправные условия в части оплаты труда и пенсионного обеспечения [11].

Наличие существенных проблем в равенстве женщин и мужчин на рынке труда в России также подтверждается фактами, приведенными в ежегодном докладе Global Gender Gap Index Всемирного Экономического Форума (The World Economic Forum), в котором систематизированы актуальные данные гендерных различий и их тенденций на рынке труда. Глобальный показатель гендерного разрыва (основанный на средневзвешенном показателе численности населения для каждой из 156 стран, включенных в этот год) в 2021 году составит 67,7 %. По рейтингу гендерного разрыва стран, приведенному в докладе на официальном сайте ВЭФ, Россия занимает 81 место. Значительные показатели равенства в России наблюдаются в возможностях образования (Educational attainment = 1,000) и здоровья и выживания (Health and survival = 0,980). Наименьшее равенство, согласно докладу, проявляется в части политической вовлеченности (Political empowerment = 0,085). Также, по подсчетам аналитиков Форума, в России существует значительный разрыв в доходах: женщины получают всего 58,9 % от уровня дохода мужчин [10].

Согласно статье 3 ТК РФ, никто не может быть ограничен в трудовых правах и свободах или получать какие-либо преимущества в зависимости от пола [7]. При этом, проблема гендерного неравенства все же присутствует на рынке труда России. Одним из основных показателей гендерной асимметрии на рынке труда является низкая доля женского населения, входящая в состав рабочей силы. Проанализируем статистические данные по численности рабочей силы, занятым и безработным представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Численность рабочей силы, занятых и безработных в России

Показатель	2018		2019		Отклонение, тыс. чел.
	тыс. чел.	% к итогу	тыс. чел.	% к итогу	
Численность рабочей силы, всего	76190	100	75398	-792	-792
Мужчины	39175	51,42	38758	51,40	-417
Женщины	37015	48,58	36640	48,60	-375
Численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения, всего	693	100	691	100,00	-2
Мужчины	328	47,33	317	45,88	-11
Женщины	365	52,67	375	54,27	10

Источник: составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики (ФСГС) [8].

По данным приведенной таблицы видно, что в структуре численности рабочей силы значительную долю как в 2018, так и в 2019 году занимают мужчины (51,42 % и 51,4 % соответственно). При этом, доля безработных выше у представителей женского пола и на 2019 год составляет 317 тыс. чел. Соответственно, уровень зарегистрированной безработицы среди мужчин на 2019 год составляет 0,82%, а среди женщин – 1,02 %.

Рассматривая структуру занятых по уровню образования в России, следует отметить, что образовательная компонента не всегда способствует достижению равных уровней оплаты труда.

По данным ФСГС, на 2019 год только 29,7 % общего числа занятых мужчин имеют высшее образование, в то время как аналогичный показатель у женщин достигает 39 %. Среднее специальное (по программе подготовки специалистов среднего звена) из числа занятого населения имеют 21,8 % мужчин, 29,6 % женщин. Таким образом, в рамках гендерного неравенства в отношении российского рынка труда можно сказать, что профессиональное образование служит скорее конкурентным преимуществом при найме на работу, нежели личной инвестицией граждан в высокую заработную плату [8].

Помимо вовлечения женского пола в структуру рабочей силы России на современном этапе развития общества актуален вопрос разрыва в оплате труда в зависимости от семейного положения представителей мужского и женского пола. Согласно оценкам ООН, на каждый заработанный мужчиной доллар женщины получают всего 77 центов. Более того, такой разрыв для женщин с детьми еще больше [3]. По состоянию на 2018 год аналитики образовательно-научного центра РЭУ им. Г. В. Плеханова оценили самое большое значение гендерного разрыва у состоящих в зарегистрированном браке женщин (30–32 %). При этом, наименьший разрыв, согласно исследованию, наблюдается у женщин, никогда не состоявших в браке [1].

Проявления гендерной сегрегации можно также найти в условно сложившемся разделении профессий по видам деятельности на мужские и женские. Одной из причин такого распределения является разное соотношение заработной платы: по данным ФСГС, отношение заработной платы женщин к заработной плате мужчин по результатам выборочных исследований по обследованным видам экономической деятельности составляет 72,1 %. В число наиболее “мужских” профессий входят сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, а также добыча полезных ископаемых. Исключительно “женскими” профессиями считается деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений, а также деятельность в области здравоохранения и социальных услуг [8]. Помимо этого, на рынке труда встречаются и иные особенности, которые опубликовала, например, компания HeadHunter, крупнейшая онлайн-рекрутинг платформа в России. Одним из основных выводов по исследованию 2019 года является то, что среди женщин руководителей меньше, чем мужчин [4].

Разрешение проблемы гендерной асимметрии на рынке труда в России предполагает комплексный подход на уровне государства. Структуризация нормативной базы с одновременным признанием проблемы представителями бизнеса и общественных структур, по мнению авторов, может стать ключевым фактором устранения гендерного дисбаланса. Необходимо реформировать

систему регулирования рынка труда в целях повышения престижности профессий, где применяется женский труд, что осуществимо, например, путем введения отдельных квот по трудоустройству представителей женского пола.

Выводы. В заключение можно сказать, что инновационный тип экономики предполагает грамотное управление потенциалом женского труда. Гендерные особенности занятости и градация оплаты труда в зависимости от половой принадлежности значительно сказываются на эффективности функционирования всех сфер экономики. Таким образом, решение вопросов гендерной асимметрии является существенным способом повышения благосостояния граждан и уровня экономического развития государства.

Данное исследование показало, что у России, по мировым оценкам, имеется нереализованный потенциал для развития. На сегодняшний день в России все еще держится уровень распределения работников по половому признаку между отдельными видами профессий, наблюдается устойчивое неравенство оплаты труда, неравномерен состав рабочей силы. На пути решения проблемы гендерного неравенства требуются нормативные реформы законодательства и коренное переосмысление ценностей российского менталитета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Динамика гендерного разрыва // РЭУ Аналитика. – URL: <https://analitica.rea.ru> (дата обращения: 25.09.2021).
2. Задворнова Ю. С. Ликвидация гендерного разрыва в оплате труда в STEM-отраслях как ключевая задача преодоления гендерного неравенства в странах с цифровой экономикой // Женщина в российском обществе. – 2019.
3. Международный день равной оплаты труда // Организация Объединенных Наций. – URL: <https://www.un.org/ru/about-us/copyright> (дата обращения: 25.09.2021).
4. Положение женщин на рынке труда и в корпоративной иерархии // HeadHunter. – URL: <https://hhcdn.ru/file/16834258.pdf> (дата обращения: 25.09.2021).
5. Сарычева Т. В. Гендерный подход к анализу структуры занятости по видам экономической деятельности региона // Вестник Марийского государственного университета. – 2018.
6. Тихонова Н. Е. Профессиональная структура современной России: особенности и динамика // Общественные науки и современность. – 2020.
7. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. Ст. 3 с изм. И допол. В ред. От 01.04.2019.
8. Трудовые ресурсы // Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 25.09.2021).
9. Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate // The University of Chicago Press Books. – URL: <https://www.journals.uchicago.edu/journals/jhc/about> (дата обращения: 25.09.2021).
10. Global Gender Gap Report 2021 // The World Economic Forum. – URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf (дата обращения: 25.09.2021).
11. Women, business and the law 2021 // The World Bank. – URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/35094/9781464816529.pdf> (дата обращения: 25.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, М. А. Розанова, А. А. Корчагин

УДК 330.322.4

**К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**TO THE QUESTION ABOUT THE METHODS OF STRATEGIC
MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT OF THE INVESTMENT
ACTIVITY OF THE ENTERPRISE**

Авхадиева Э. А., обучающаяся в группе М-1-19
Хузиева Э. Ф., к. с. н., доцент
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», Институт цифровых
технологий и экономики, г. Казань

E. A. Avkhadieva, student, gr. M-1-19
E. F. Khuzieva,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor
Kazan State Energy University, Institute of Economics
and Digital Technologies, Kazan

Аннотация

В статье рассмотрены методы стратегического менеджмента, которые являются одними из важнейших элементов в области управления инвестиционной деятельностью предприятия, а также разобраны основные аспекты в управлении стратегии организации и инвестиционной деятельности. Сделаны выводы о том, как компании должны стратегически планировать свои инвестиционные вложения и рационально использовать стратегию управления.

Annotation

The article discusses the methods of strategic management, which are one of the most important elements in the management of investment activities of an enterprise. Also analyzed the main aspects in the management of the organization's strategy and investment activities. Conclusions are made on how companies should strategically plan their investments and rationally use the management strategy.

Ключевые слова: управление, стратегия, инвестиционная деятельность, планирование, цели.

Keywords: management, strategy, investment activity, planning, goals.

Введение. Управление инвестиционной деятельностью компании основано на принципах свежей концепции менеджмента – системы стратегического управления. Предоставленная концепция активно внедрялась в корпорациях Соединенных Штатов Америки и большинства государств Западной Европы с начала 1970-х годов [4].

Концепция стратегического управления была сотворена на базе методологии стратегического планирования, которая считается ее значимой почвой. В отличие от обычного долгосрочного планирования, основанного на концепции экстраполяции существующих тенденций развития, стратегическое планирование предусматривает не лишь только эти веяния, но и систему вероятностей и опасностей для становления фирмы, чрезвычайных обстановок, которые имеют все шансы поменять преобладающие веяния в будущий этап [2].

В настоящее время существует две области становления и развития стратегического управления: регулирующее стратегическое управление и стратегическое управление в реальном времени.

Регуляторное стратегическое управление считается закономерным развитием стратегического планирования и состоит из двух взаимодополняющих подсистем: анализа и планирования стратегии и реализации стратегии [1]. Самая суть этого направления – управление стратегическими возможностями компании. Он более популярен, потому что он более глубокий и развитый.

Стратегическое управление в реальном времени связано с заключением внезапных стратегических задач. Оно развивается в тех секторах экономики, где конфигурации внешней среды происходят очень часто, а временами и так непредсказуемо, что настоятельно просят неотложного соответственного реагирования. В общем и целом, компания вынуждена одновременно заниматься отработкой стратегии и решением возникших стратегических задач.

Цель исследования. Разобраться, как управляют инвестиционной деятельностью в организациях. Понять, какие методы стратегического менеджмента используют предприниматели в своей сфере деятельности, а также изучить основные методы разработки и реализации стратегии на предприятии.

Результаты исследования. Инвестиционная активность компании является важной частью управления и зависит от выбранной инвестиционной стратегии. Инвестиционная стратегия является неотъемлемой частью общей экономической стратегии компании. У каждой компании должен быть своего рода «стратегический набор (комплект)», то есть набор взаимосвязанных, но различных типов стратегий [5].

С точки зрения стратегического управления есть необходимость выделить и отметить три уровня стратегии фирмы – корпоративную стратегию, функциональные стратегии и стратегии отдельных структурных единиц (бизнес-единиц). Корпоративная стратегия определяет возможности становления компании в целом. Она призвана выполнять миссии и цели компании и более комплексно гарантирует реализацию главной цели компании – максимально наибольшее благосостояние ее владельцев. На корпоративном уровне стратегия охватывает такие важные вопросы, например, как выбор видов экономической деятельности (видов бизнеса), методы обеспечения долговременных конкурентных преимуществ компаний на соответствующих товарных рынках, всевозможные формы реструктуризации компании, включая и охватывая слияния и поглощения. Разработкой корпоративной стратегии занимаются собственники (владельцы) и топ-менеджеры фирмы. Функциональные и активные стратегии, которые включают в себя инвестиционную стратегию, как правило, формируются по основным видам деятельности компании [1]. Функциональные стратегии ориентированы на определение корпоративной стратегии компании (реализацию

ее основных, а также ведущих целей) и предоставление, и передачу ресурсов для стратегий отдельных бизнес-единиц. Разработка функционально-активных стратегий в первую очередь относится к начальникам соответствующих функциональных подразделений компании. Стратегии бизнес-единиц фирмы ориентированы на решение двух ведущих задач – обеспечение конкурентных преимуществ того или иного вида бизнеса и повышение его прибыльности. Разработка стратегии на этом уровне осуществляется главами и топ-менеджерами бизнес-единиц при консультативной поддержке руководителей функциональных подразделений компании.

Инвестиционная стратегия – это процесс формирования долговременных целей инвестиционной работы фирмы и выбора более действенных методик их достижения на базе мониторинга критериев осуществления этой деятельности [6].

Инвестиционная стратегия считается адресной, т. е. учитывает постановку и достижение конкретных целей [7]. В формализованном облике описаны стратегические цели инвестиционной деятельности, желаемые характеристики стратегической инвестиционной позиции компании, которые дают возможность воплотить в жизнь долгосрочное направление этой деятельности и оценку ее результатов.

Стратегические инвестиционные цели – мощнейший инструмент долгосрочного увеличения производительности инвестиционной деятельности [5], ее координации и контроля, а еще и база для утверждения управленческих решений на всех этапах инвестиционного процесса деятельности компании.

Характеристика инвестиционной стратегии, как и любой многочисленной концепции, не ограничивается сухим определением. Инвестиционная стратегия – это структурированный комплект нескольких взаимосвязанных качеств: институционального, экономического, нормативного, информационного и аналитического.

Институциональный аспект инвестиционной стратегии включает типы вложений, состав инвестиционного портфеля и его риски.

Экономический аспект инвестиционной стратегии включает систему экономических показателей, процесс управления и финансирование инвестиционного процесса.

Регулирующий аспект инвестиционной стратегии состоит из основных частей, таких как, во-первых, законодательные и другие нормативные правовые акты государства, которые формируют правовую основу и налоговую среду, в которой компания формирует инвестиционную стратегию и реализует инвестиционный процесс; во-вторых, учетная политика, внутренние нормативные документы, позволяющие обеспечить единый инвестиционный процесс в компании.

Выводы. Получив ответы на поставленные вопросы, предприятие сможет выстроить грамотный план по управлению инвестиционной деятельностью. Компания сможет максимизировать и эффективно использовать существующие ресурсы для достижения поставленных целей, повышать уровень конкурентоспособности и улучшать систему управления предприятием.

Инвестиционное планирование – стратегическая и одна из самых сложных задач управления бизнесом [6]. В этом процессе важно учитывать все аспекты экономической деятельности компании, начиная от окружающей среды,

показателей инфляции, налоговых условий, состояния и перспектив развития рынка, наличия производственных мощностей, материальных ресурсов и заключения стратегии финансирования проектов.

В настоящее время во многих российских компаниях начинают создаваться отделы стратегического планирования и развития, а также управления инвестициями. Основными функциями этих отделов являются разработка стратегических программ развития компании, инвестиционное проектирование, контроль инвестиционной деятельности, маркетинговые исследования, оценка конкурентной позиции, разработка стратегий развития производства, экономического потенциала и т. д. Инвестиционная деятельность компании тесно связана с процессом разработки и реализации стратегии. При разработке проекта предприниматель должен в первую очередь использовать инструменты стратегического анализа, включая модели, описанные в статье.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акмаева Р. И. Стратегический менеджмент / Р. И. Акмаева. – М. : Русайнс, 2016. – 189 с.
2. Володина О. А. Стратегический и инновационный менеджмент: Учебное пособие / О. А. Володина. – М. : Academia, 2019. – 446 с.
3. Дубенецкий Я. Н. Экономический рост и инвестиции: новые возможности проблемы / Я. Н. Дубенецкий // Пробл. Прогнозирования. – 2006. – № 5. – С. 3–8.
4. Инвестиции: Формы и методы их привлечения / Н. С. Гуськов, С. С. Гущериев, В. Е. Зенякин и др. – М. : Алгоритм, 2001. – 383 с.
5. Устинкин С. Инвестиционная политика в Российской Федерации / С. Устинкин // Власть. – 2010. – № 2. – С. 8–10.
6. Филиппова И. А. Инвестиционная деятельность и тенденции ее развития в условиях современной России / И. А. Филиппова // Нац. Интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 4. – С. 10–15.
7. Чихачев Ю. А. Российский рынок акций как инструмент привлечения иностранных инвестиций / Ю. А. Чихачев // Бизнес в законе. – 2010. – № 3.

© Э. А. Авхадиева, Э. Ф. Хузиева

УДК 330

О ВОЗМОЖНОСТЯХ И УГРОЗАХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

OPPORTUNITIES AND THREATS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN FINANCIAL SPHERE

Бакуменко М. А., к. э. н.
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Физико-технический институт, г. Симферополь

M. A. Bakumenko, Candidate of Economic Sciences
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Physics and Technology, Simferopol

Аннотация

В работе проведён краткий анализ возможностей и угроз развития цифровой экономики в финансовой системе Российской Федерации. Рассмотрены подходы к раскрытию сущности термина «цифровая экономика». Выделены основные риски, обусловленные становлением цифровой экономики в финансовом секторе. Сделан вывод, что процесс внедрения цифровых технологий в финансовую сферу должен характеризоваться «осторожным и взвешенным» характером. В рамках данного процесса нельзя пренебрегать возможными рисками или считать данные риски маловероятными и несущественными.

Annotation

The paper briefly analyses the opportunities and threats of digital economy development in the financial system of the Russian Federation. It examines the approaches to disclosing the essence of the term “digital economy” and highlights the main risks associated with the formation of the digital economy in the financial sector. The conclusion is that introducing digital technologies into the financial industry should be cautious and balanced. During this process, we cannot neglect possible risks or consider them unlikely and insignificant.

Ключевые слова: цифровая экономика, информационные технологии, финансовая система, возможности, риски, угрозы, экономическая безопасность, Российская Федерация.

Keywords: digital economy, information technology, financial system, opportunities, risks, threats, economic security, Russian Federation.

Введение. Эффективное функционирование финансовой системы национальной экономики на всех уровнях (микро-, мезо- и макро-) является необходимым условием для её устойчивого развития. Финансовую систему страны не зря сравнивают по уровню значимости с кровеносной системой организма. Чтобы обеспечить условия для эффективного функционирования финансовой системы страны необходимы эффективные управленческие механизмы. Иными словами, должны быть созданы и эффективно работать соответствующие системы управления.

В современной быстро развивающейся экономике процессы управления поддерживаются с помощью применения соответствующих информационно-коммуникационных технологий. И финансовая сфера не является здесь исключением. Напротив, данная сфера остро нуждается в эффективных поддерживающих механизмах.

В последние годы значительное внимание управленческого звена, а также научного сообщества привлекает феномен цифровой экономики. Анализируются различные аспекты её развития, а также возможные перспективы, риски и угрозы, связанные с её формированием.

Процесс формирования цифровой экономики затрагивает все сферы национальной экономической системы, в том числе финансовую сферу.

Целью исследования является анализ возможностей и угроз развития цифровой экономики в финансовой сфере Российской Федерации.

Результаты исследования. Термин «цифровая экономика» в последние годы приобрёл особую популярность. К настоящему моменту времени сложились несколько основных научных подходов к его определению [5, с. 7]. На рисунке 1 схематично обозначена сущность данных подходов.

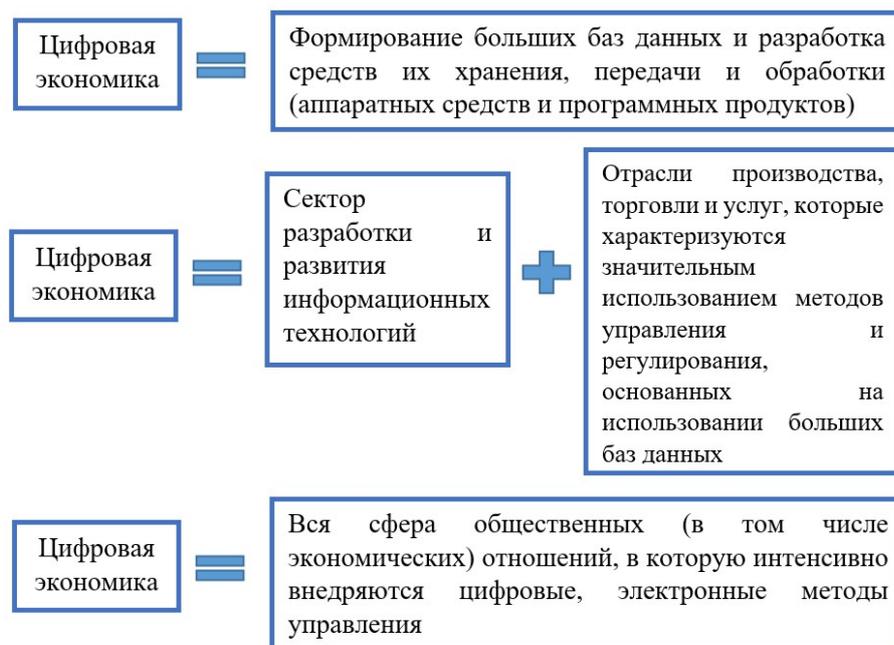


Рисунок 1 – Подходы к раскрытию сущности понятия «цифровая экономика»

Источник: построено автором по материалам [5, с. 7].

Учитывая глобальность возможных последствий, феномен цифровой экономики в финансовой сфере требует всестороннего изучения и комплексного (системного) подхода. Более того, изучая данный феномен, необходимо максимально учитывать специфику национальной экономической системы Российской Федерации и российский менталитет, и не копировать слепо результаты, полученные зарубежными исследователями.

Л. А. Петрова и Т. Е. Кузнецова относят цифровые финансовые технологии к категории динамично развивающихся [4, с. 75]. Эти технологии уже сейчас получили значительное распространение в таких сегментах как: страхование, платежи и денежные переводы, кредитование, краудфандинг и др. [4, с. 76]. Применение современных информационных технологий направлено на усовершенствование и оптимизацию осуществляемых бизнес-процессов.

Применение данных технологий преследует целью достижение следующих положительных эффектов [4, с. 80–82]:

- повышение качества и обоснованности принимаемых управленческих решений;
- ускорение процесса принятия управленческих решений;
- экономия затрат ресурсов (временных, человеческих, материальных, финансовых);
- снижение стоимости предоставляемых услуг;
- рост производительности;
- улучшение качества услуг;
- повышение прозрачности процессов управления и др.

К современным информационным технологиям, применяемым в цифровой экономике, относят [1, с. 79]: искусственный интеллект, большие данные, технологии беспроводной связи, технологии виртуальной реальности, технологии

дополненной реальности, нейротехнологии, квантовые технологии, системы распределённого реестра, промышленный интернет, новые производственные технологии, компоненты робототехники, сенсорику.

Эти современные технологии могут найти успешное применение в финансовом секторе национальной экономики. Но, в то же время, их применение может сопровождаться возникновением значительных рисков и угроз. По мнению автора, процесс их разработки и внедрения в финансовую сферу должен характеризоваться «осторожным и взвешенным» характером. В рамках данного процесса нельзя пренебрегать возможными рисками или считать данные риски маловероятными и несущественными.

Как справедливо сказано в работе М. Д. Сулейманова, «...в особенно «чувствительных» областях деятельности людей и государства информационные средства управления нельзя отпускать «в свободное плавание», их необходимо либо дублировать контрольными средствами с участием человека, либо предусматривать механизмы отключения автоматики в случае выявления симптомов, показывающих на возможность возникновения кризисной ситуации» [5, с. 10–11].

В работе [5, с. 10] М. Д. Сулейманов приводит в качестве примера конкретный практический случай, когда на фондовых биржах произошли системные сбои, связанные с применением программ-роботов. К сожалению, такие сбои периодически могут возникать и приводить к ряду нежелательных (или даже опасных) последствий.

Как отмечено в работе [6], «... не существует абсолютно надёжных систем защиты информации, хранящейся в базах данных. Следует учитывать возможность утечки информации и её незаконного использования. Любые информационные системы содержат в себе уязвимости» [6, с. 372]. «Также необходимо учитывать возможные катастрофы природного характера. Они могут приводить к выводу из строя оборудования, и соответственно, нарушению всех экономических процессов, привязанных к определённой информационной системе (платформе)» [6, с. 373]. Поэтому, учитывая значимость финансовой сферы для жизнедеятельности национальной экономики, необходимо «разумно сочетать ведение документооборота на электронных и бумажных носителях» [6, с. 372].

Можно выделить следующие риски, обусловленные применением цифровых технологий в финансовом секторе национальной экономики Российской Федерации [2, с. 45; 3, с. 7; 6, с. 372]:

- уязвимость цифровой инфраструктуры к различным видам сбоев и угроз;
- киберпреступность;
- риск развития структурной (технологической) безработицы;
- «...угроза возникновения разрыва между экспоненциальным ростом автоматизации и запаздывающими процессами переобучения и создания новых рабочих мест» [3, с. 13];
- угроза экономической и технологической безопасности государства.

Выводы. Процесс внедрения цифровых технологий в финансовую сферу национальной экономики Российской Федерации должен характеризоваться «осторожным и взвешенным» характером. В рамках данного процесса нельзя

пренебрегать возможными рисками или считать данные риски маловероятными и несущественными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брызгалов Д. В. Перспективы цифровизации страхового дела в России / Д. В. Брызгалов, Ю. В. Грызенкова, А. А. Цыганов // Финансовый журнал. – 2020. – Т. 12. – № 3. – С. 76–90. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-3-76-90.
2. Волкова А. А. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития / А. А. Волкова, В. А. Плотников, М. В. Рукинов // Управленческое консультирование. – 2019. – № 4. – С. 38–49.
3. Земцов С. П. Цифровая экономика, риски автоматизации и структурные сдвиги в занятости в России / С. П. Земцов // Социально-трудовые исследования. – 2019. – № 3. – С. 6–17.
4. Петрова Л. А. Цифровые технологии в экономике и бизнесе / Л. А. Петрова, Т. Е. Кузнецова // ЭТАП: Экономическая теория, анализ, практика. – 2020. – № 2. – С. 74–89.
5. Сулейманов М. Д. Цифровая экономика / М. Д. Сулейманов. – Сочи: РосНОУ, 2020. – 356 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/162182> (дата обращения: 04.10.2021).
6. Титаренко Д. В. Цифровая экономика в отраслях промышленности и сельского хозяйства, государственном и муниципальном управлении Российской Федерации / Д. В. Титаренко, М. А. Бакуменко // Анализ, моделирование, управление, развитие социально-экономических систем: сборник научных трудов XIV Всероссийской с международным участием школы-симпозиума АМУР-2020, Симферополь-Судак, 14-27 сентября 2020 / ред. совет: А. В. Сигал (предс.) и др. – Симферополь : ИП Корниенко А. А., 2020. – С. 369–373.

© М. А. Бакуменко

УДК 658.7:330.322.4

ИНВЕСТИЦИИ В ЛОГИСТИКЕ

INVESTMEN IN LOGISTICS

Ермаков И. А., к. э. н., доцент
Сорока А. А., обучающаяся 3 курса
Марданова Н. А., обучающаяся 3 курса
ФГБОУ ВО «Государственный университет
управления», Институт отраслевого менеджмента,
г. Москва

I. A. Ermakov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
A. A. Soroka, student
N. A. Mardanova, student
State University of Management, Institute of Industry
Management, Moscow

Аннотация

Данная статья посвящена исследованию инвестирования в области логистики. Названы причины, по которым данная сфера нуждается во вложениях. Произведен обзор

зарубежных логистических компаний, покупка акций которых принесет инвесторам прибыль.

Annotation

This article is devoted to the study of investing in the field of logistics. The reasons why this sphere needs investments are named. A review of foreign logistics companies, the purchase of shares of which will bring profit to investors, has been made.

Ключевые слова: инвестирование, логистика, финансы, компании, прибыль.

Keywords: investment, logistics, finance, companies, profit.

Введение. На первоначальной стадии развития логистические провайдеры в РФ старались сфокусировать свою деятельность на транспортно-складских процессах. Сейчас же ситуация обстоит иначе. Перечень предоставляемых логистическими компаниями услуг включает в себя ещё и маркетинговые, консалтинговые и услуги по аутсорсингу. Также стоит отметить, что из-за насыщения рынка логистических услуг происходит сокращение глубины добавленной стоимости в данной сфере [1].

Объединяя вышесказанное, можно сделать вывод, что логистическая сфера нуждается в долгосрочных инвестициях. Правильные вложения в данную область бизнеса непременно принесут прибыль инвестору.

Цель исследования. Определение успешных логистических компаний, которые могут привлечь инвесторов для вложения средств с целью дальнейшего получения прибыли.

Результаты исследования. В результате нашего исследования мы выделили несколько логистических компаний, на которые стоит обратить внимание инвесторам. Начнём с XPO Logistics. Это одна из крупнейших мировых компаний, которая давно привлекает инвесторов, в первую очередь, увеличивающейся ежегодно выручкой. XPO Logistics предоставляет перевозки различными видами транспорта, услуги фрахтования, управление складскими помещениями [2]. Ежегодно компания инвестирует 450 миллионов долларов в развитие новых технологий. На 27.09.2021 стоимость акции составляет чуть менее 86 долларов. Произошло достаточно сильное падение курса, но аналитики прогнозируют рост акций на 36 % [5]. Для покупки ценных бумаг можно воспользоваться онлайн-сервисами Яндекс.Инвестиции или Тинькофф Инвестиции и совершить сделку, не выходя из дома.

Ещё одной динамично развивающейся логистической компанией является Ryder System, которая известна своим парком грузового автотранспорта. Ryder System предоставляет транспортные услуги, услуги аренды и технического обслуживания автомобилей, а также занимается управлением перевозками на море и на суше [3]. Компания не настолько крупная, как XPO Logistics, однако, прибыль Ryder System так же уверенно растёт. Цена акции на 27.09.2021 составляет 82,5 доллара. За последний год наблюдается уверенный рост стоимости акции, который по прогнозам будет только расти и составит 8,5 % от сегодняшнего показателя. При покупке можно воспользоваться ранее упомянутыми сервисами.

Внимание инвесторов должна привлечь такая компания, как FedEx, американская организация, которая стала известна благодаря максимально быстрой доставке товара в течение 1–3 дней. Компания распространяет свои услуги по всему миру. Выручка данной фирмы за последний год возросла на 19 %. Столь быстрый рост естественно не оставляет инвесторов равнодушными, но и цена акции компании составляет 226,6 долларов. По прогнозам инвесторов, стоимость ценных бумаг в ближайшее время увеличится до 315,2 долларов [5]. Анализ стоимости акций, рассмотренных выше компаний, и их прогноз представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ стоимости акций и их прогноз

Название	Стоимость акции на 27.09.2021, \$	Прогноз стоимости акции, \$	Прогноз стоимости акции, %
XPO Logistics	85,71	117,48	+ 37,06
Ryder System	82,01	88,86	+ 8,35
FedEx	226,58	315,24	+ 39,13

Источник: составлено авторами по материалам [5].

Важно брать во внимание тот факт, что для инвестора фондовая биржа полна рисков. Стоимость ценных бумаг меняется несколько раз в день, поэтому ни один покупатель акций не застрахован от убытков. Необходимо учитывать политическую и экономическую ситуацию в мире, цены на топливо и другие факторы [4].

Выводы. В заключении хотелось бы отметить, что игра на фондовом рынке полна рисков. Инвестор может потерять свои средства. Однако, если обдуманно покупать акции, риск значительно снижается. В статье рассмотрены несколько динамично развивающихся логистических компаний, вложения в которые могут принести инвестору прибыль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бальчик Э. А. Инвестиции в инновационные логистические технологии / Э. А. Бальчик, О. В. Калинина, С. Е. Барыкин // СРРМ. – 2018. – № 4 (107). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-v-innovatsionnye-logisticheskie-tehnologii>.
2. Данилов Д. Ю. Инновационная логистика в России / Д. Ю. Данилов, П. Е. Трофимова, А. В. Агалакова // Решетневские чтения. – 2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-logistika-v-rossii>.
3. Соколова Е. Ю. Инвестиции и экономический рост // Современные технологии управления. – 2019. – № 3 (90). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-i-ekonomicheskiy-rost-1> (дата обращения: 28.09.2021).
4. Цахаева К. Н. Инвестиции и инвесторы // Вопросы структуризации экономики. – 2006. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-i-investory> (дата обращения: 28.09.2021).
5. Яндекс.Инвестиции. – URL: <https://invest.yandex.ru/onboarding/>.

© И. А. Ермаков, А. А. Сорока, Н. А. Марданова

**ПРОЕКТНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ: СУЩНОСТЬ,
ПРЕИМУЩЕСТВА И СФЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ**

**PROJECT FINANCING: ESSENCE, ADVANTAGES
AND AREAS OF APPLICATION**

Кравченко Л. А., к. э. н., доцент
Абсеутова Э. Э., обучающаяся группы Э-б-о 202
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

L. A. Kravchenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
E. E. Abseutova, student, gr. E-b-o-202
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье раскрыта сущность проектного финансирования, выявлены основные его преимущества и недостатки, выяснены особенности проектного финансирования и инвестиционного кредитования, определены сферы применения и проблемы развития проектного финансирования.

Annotation

The article reveals the essence of project financing, identifies its main advantages and disadvantages, clarifies the features of project financing and investment lending, identifies areas of application and development problems of project financing.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционное кредитование, инвестиционный проект, проектное финансирование.

Keywords: investments, investment lending, investment project, project financing.

Введение. Одной из важнейших задач, решаемых с целью повышения конкурентоспособности России, является построение целостной системы, направленной на улучшение инвестиционного климата, обеспечение притока инвестиций и распространение лучших практик. В рыночной экономике основная часть реальных инвестиций реализуется в форме инвестиционных проектов. В современных условиях получило распространение проектное финансирование (ПФ), как метод финансирования инвестиционных проектов, при котором основным обеспечением предоставляемых банком кредитов является сам проект. Вместе с тем недостаточно изученными остаются некоторые вопросы, затрагивающие сущность, основные тенденции, предпосылки становления и развития проектного финансирования в российской экономике.

Целью исследования является раскрытие теоретических аспектов проектного финансирования и необходимости его развития в России.

Результаты исследования. В российской экономике существуют инвестиционное кредитование и проектное финансирование – формы банковского кредита, направленного на инвестиционные цели.

Инвестиционное кредитование (ИК) – это взаимосвязанный комплекс организационно-технологических, информационно-юридических и финансовых процедур, который составляет целостный регламент взаимодействия коммерческого банка с заемщиком по поводу предоставления инвестиционных кредитов [2]. ПФ – способ привлечения средств для обеспечения долгосрочного инвестиционного проекта, то есть банковское кредитование крупных инвестиционных проектов. ПФ – это финансирование инвестиционного проекта, ориентированного на получение дохода, при этом кредиторы рассматривают денежные потоки проекта как источник погашения кредита и обеспечивают свой кредит залогом на основные средства и передачей прав собственности на имущество проектных контрактов. В международной практике под ПФ понимается финансирование инвестпроектов, характеризующееся особым способом обеспечения возвратности вложений, в основе которого лежат инвестиционные качества проекта, те доходы, которые получит предприятие в будущем [3]. ПФ решает следующие задачи: нахождение субъектов, готовых на осуществление кредитования или заимствование в иной форме под представленный проект; согласование условий по стоимости ресурсов [6]. Финансовые термины часто трактуются неоднозначно. Выделим различия и сходства ИК и ПФ (таблица 1).

Таблица 1 – Особенности инвестиционного кредитования и проектного финансирования

	Инвестиционное кредитование	Проектное финансирование
Субъекты	1. Банк 2. Предприятие – инициатор проекта	1. Банк, инвестиционные компании, пенсионные фонды, лизинговые компании 2. Предприятие – инициатор проекта
Виды инвестирования	1. Банковский кредит 2. Займы 3. Государственное финансирование, то есть перечисление средств из федерального или муниципального бюджета 4. Деньги от иностранных организаций 5. Собственные средства 6. Венчурное финансирование [7]	1. Банковский кредит 2. Целевые облигационные займы 3. Лизинг 4. Государственное финансирование, международное 5. Коммерческий проектный кредит 6. Собственные средства 7. Акционирование капитала 8. Венчурное финансирование 10. Проектное финансирование [4]
Особенности	1. Чаще всего обращаются производственные предприятия; 2. Только для организации новой отрасли бизнеса, или на улучшение работ на существующем предприятии; 3. Кредит только на	1. Первоначальная оценка рисков проекта, позже – индивидуальное построение графика получения и погашения кредита на основе прогнозируемых денежных потоков организации 2. Наличие возможности развития

	Инвестиционное кредитование	Проектное финансирование
	перепрофилирование, расширение предприятия, реализацию новых проектов, приобретение нового оборудования [8]	действующего бизнеса за счет его расширения и диверсификации 3. Наличие возможности вложения средств этапами. 4. Необходимость создания обособленной компании (SPV), привлекающей ресурсы и инвесторов, для осуществлять реализацию проекта и расплаты с кредиторами.

Источник: [4; 7; 8].

Таким образом, можно утверждать, что данные формы банковских инвестиций отличаются субъектом действия (в ПФ более широкий спектр), видами инвестирования (ПФ – лизинги, акционирование капитала), и особенностями инвестиционных форм. Основное отличие: ИК можно взять для существующей, но изменяющейся компании, а ПФ осуществляется под будущие финансы создаваемой компании. Кроме того, следует подчеркнуть и сходства: это объект действия – инвестиционный проект; анализ действия данных форм. Общий анализ их деятельности проводят государственные органы. Но из-за отсутствия гарантий кредиторам и инвесторам, при анализе проекта, необходимо учитывать особенности проектного финансирования.

Инвестиционный процесс задает вектор стратегического развития и формирует основу для успешного экономического и социального развития России ее регионов. На 2020 г. было использовано организациями всех форм собственности 20118,4 млрд рублей инвестиций в основной капитал, или 98,6% к уровню 2019 года (в сопоставимых ценах). По сравнению с 2010 г. объем инвестиций в основной капитал увеличился на 17,2 %, с 2015 г. – на 11,0 % (рисунок 1). Доля инвестиций в основной капитал в ВВП в 2020 г. составила 21,8 % (2017 г. – 21,4 %, 2018 г. – 20,0 %, 2019 г. – 20,6 %).

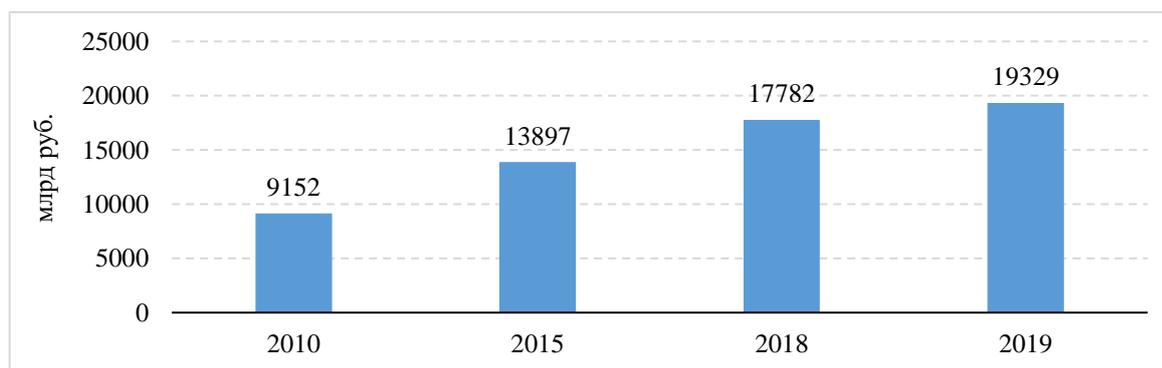


Рисунок 1 – Динамика инвестиций в основной капитал

Источник: [5].

В 2020 г. более 60% всех инвестиций в основной капитал освоено в Центральном, Уральском и Приволжском федеральных округах (31,2 %, 15,6 % и 13,7 % соответственно) [5]. В 2020 г. около 70 % инвестиций в основной капитал

направлено на развитие шести видов экономической деятельности, при этом наибольшее вложение инвестиций направлено в добычу полезных ископаемых (16,4 %), также существенное развитие получает транспортировка, хранение (15,9 %), обрабатывающее производство (14,7 %) и деятельность по операциям с недвижимым имуществом (13,2 %). А обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха, научная и техническая деятельность занимают последние места – 5,5 % и 5 % соответственно [5].

Необходимыми характеристиками ПФ служат наличие большого объема капитала, долгосрочных активов проекта, стабильного спроса на продукцию, а его составляющими являются: конструирование модели и анализ денежных и рисков, выявление потенциальных кредиторов и/или инвесторов, выбор соответствующих финансовых инструментов, создание корпоративной структуры для реализации проекта, обсуждение условий коммерческих контрактов, создание структуры обеспечения в ПФ. Составляющими успеха ПФ выступают: компетентность участников с хорошей репутацией, благоприятные рыночные условия, конкурентоспособные капитальные и эксплуатационные затраты, соответствующая технология, подходящая законодательная база.

Механизму ПФ свойственны как положительные, так и негативные характеристики. Его преимуществами является то, что оно разделяет кредитоспособность проекта и спонсора, обеспечивает анализ денежных потоков, рисков и надежную аналитическую основу для проекта. Вместе с тем ПФ имеет ряд проблем, к которым относятся: недостаточное наличие отечественного опыта в разработке инвестпроектов; недостаточность ресурсов для широкомасштабного финансирования капиталоемких проектов; низкая квалификация участников ПФ и другие факторы, усугубляющие проектные риски.

С учетом важности координации инвестиционной деятельности в России создан Федеральный центр ПФ, цель которого – эффективное содействие привлечению финансовых средств, в том числе внешнего финансирования, и обеспечение реализации инвестиционных проектов, имеющих приоритетный для национальной экономики характер. Следует отметить, что в РФ объемы проектного финансирования незначительны, они носят преимущественно точечный характер и используется в основном в секторах экономики, связанных с добычей нефти и газа, в сфере транспорта и электроэнергетики, банковского дела. Анализируя данные, наблюдаем, что самая высокая процентная ставка по кредитам – в Центральном ФО, а самая низкая – в Северо-Кавказском, что говорит о самом выгодном проектном финансировании в районах Северо-Кавказского ФО, однако можно заметить, что в Центральном ФО открыто наибольшее количество счетов эскроу и заключено больше всего кредитных договоров, следовательно, несмотря на высокую процентную ставку предприниматели считают, данную территорию более выгодной для развития своего бизнеса (таблица 2).

Традиционными сферами применения ПФ выступают: освоение природных ресурсов (нефть, газ и т. д.); транспорт (платные дороги, мосты, туннели); энергетика; телекоммуникации; крупные промышленные проекты. Новые же сферы применения – это здравоохранение (больницы, клиники), образование (строительство школ).

Таблица 2 – Проектное финансирование в Федеральных округах России, (на 01.08.2020г).

Федеральный округ	Кол-во кредитных договоров	Сумма кредитных договоров, млн руб.	Кол-во счетов эскроу	Средняя ставка по кредитным договорам по ФО, %	Кол-во «раскрытых» счетов эскроу	Сумма средств, перечисленных с «раскрытых» счетов эскроу
Центральный ФО	963	2143283,3	171649	4,58	22543	79212
Дальневосточный ФО	184	108894,8	11642	2,75	2527	11751,5
Приволжский ФО	716	351591,2	84334	2,21	33989	86183,7
Северо-Западный ФО	342	399843,7	51333	3,63	7093	20892,7
Северо-Кавказский ФО	40	15797,8	6622	1,42	2255	5039,4
Сибирский ФО	355	233515,5	36652	2,95	10629	27798,4
Уральский ФО	369	244396,8	46110	2,50	15042	43716,7
Южный ФО	323	245485,1	53133	2,37	14275	34667,1
Итого	3292	3742808,3	461475		108353	309261,5

Источник: [1].

Выводы. Таким образом, проектное финансирование характеризуется особым способом обеспечения, в основе которого лежит подтверждение реальности получения запланированных потоков наличности путем выявления и распределения всего комплекса, связанного с проектом рисков между сторонами, участвующими в его реализации (подрядные организации, финансовые учреждения, государственные органы, поставщики сырья, потребители конечной продукции). В современных условиях решение проблем требует комплексного подхода, учитывающего интересы различных сторон. Его важнейшие составляющие: усиление роли государственных гарантий страхования проектных рисков, налоговое стимулирование механизмов инвестирования, развитие межбанковского сотрудничества в области совместного кредитования проектов. Существенное значение для развития проектного финансирования имеет изучение возможностей адаптации опыта мировой практики к российским условиям. Становление и развитие системы проектного финансирования в российской экономике требует дальнейшего совершенствования нормативно-правовой базы, развития методики оценки рисков проекта, наличия благоприятного инвестиционного климата и специалистов, обладающих профессиональными знаниями и компетенциями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Банк России. – URL: <https://cbr.ru/analytics/finansirovanie-dolevogo-stroitelstva/2020-08-01/> (дата обращения: 04.10.2021).

2. Банковские продукты и услуги: инвестиционное кредитование [Текст]: учеб. пособие / П. П. Князев, М. Н. Клименко, Д. В. Моторнюк. – М. : Евразийская научно-промышленная палата, 2019. – 148 с.

3. Инвестиции и инвестиционная деятельность организаций : учебное пособие / Т. К. Руткаускас [и др.] ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 316 с.

4. Проектное финансирование и анализ: учебное пособие для вузов / М. А. Федотова, И. А. Никонова, Н. А. Лысова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 144 с. – (Высшее образование). – С. 65–107.

5. Росстат – Инвестиции в основной капитал в российской федерации в 2020 году. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/SRseY8Jp/inv_osn2020.pdf (дата обращения: 02.10.2021).

6. Современные методы проектного финансирования. – URL: <http://projectimo.ru/upravlenie-investiciyami/proektnoe-finansirovanie.html> (дата обращения: 27.09.2021).

7. Финансирование инвестиций – что это такое, и зачем оно нужно для бизнеса? – URL: <https://www.gq-blog.com/investicii/invest/finansirovaniye-investiciy.html> (дата обращения: 02.10.2021).

8. Что такое инвестиционное кредитование? – URL: <https://www.incred.ru/pub/chto-takoe-investicionnoe-kreditovanie/43164/> (дата обращения: 02.10.2021).

© Л. А. Кравченко, Э. Э. Абсеутова

УДК 330.322.01

НЕМНОГО О ТЕОРИИ ЧАСТНЫХ И ПОРТФЕЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

A LITTLE BIT ABOUT THE THEORY OF PRIVATE AND PORTFOLIO INVESTMENTS

Лукашов С. О., обучающийся группы Э-б-о-192
Рыбников А. М., к. э. н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

S. O. Lukashov student, gr. E-b-o-192
A. M. Rybnikov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассматриваются отдельные теоретические аспекты частного и портфельного инвестирования, их преимущества и недостатки, виды стратегического управления инвестициями, а также инструменты приумножения инвестиций, используемые на фондовом рынке.

Annotation

The paper examines some theoretical aspects of private and portfolio investment, their advantages and disadvantages, types of strategic investment management, as well as investment multiplication tools used in the stock market.

Ключевые слова: инвестиции, портфельные инвестиции, частные инвестиции, ценные бумаги.

Keywords: investments, portfolio investments, private investments, securities.

Введение. В современном мире тема частного и портфельного инвестирования как никогда актуальна, так как последствия всемирной пандемии сильно изменили старые экономические устои и многие люди выявили для себя важность частного и портфельного инвестирования, как увеличение количества источников дохода. В наше время изучение темы инвестиций и введение новых финансовых инструментов происходит значительно быстрее, нежели ранее, результатом этого является мировой локдаун. Актуальность данной темы обуславливается ростом количества инвесторов на российском рынке и изменчивостью фондовых рынков, а также видов инвестирования.

Целью исследования является изучение теоретических аспектов частного и портфельного инвестирования и инструментов их использования.

Результаты исследования. Частные инвестиции – это вложение денег и капитала в различные финансовые инструменты с целью получения прибыли [1]. Виды частных инвестиций довольно разнообразны, они включают в себя портфельное инвестирование, приобретение доли уставного капитала бизнеса, покупку основных фондов или оборотных средств для существующих бизнесов, займы предприятиям, юридическим и физическим лицам, покупку недвижимости или драгоценных металлов.

Основными преимуществами частных инвестиций являются:

– Пассивный доход и пассивное управление активом. Инвестор вкладывает деньги и его личные трудозатраты сведены к минимуму.

– Неограниченный доход и диверсификация капитала. Из-за множества финансовых инструментов существует возможность разделения и развития денежных потоков и увеличение надежности и защищенности капитала.

– Личный опыт. При наличии большого количества инвестиционных инструментов, инвестор развивает свои личные навыки управления и сохранения капитала, а также способы реинвестирования полученной прибыли.

Портфельные инвестиции – это вложения средств в ценные бумаги различных компаний для получения прибыли в дальнейшем. Портфельные инвестиции представляют собой владение ценными бумагами различных компаний, которые формируют портфель инвестора [2].

Один из основных параметров портфельного инвестирования – это его цель. Целью портфельный инвестор ставит получение дохода в связи с повышением стоимости купленных активов, а также в получении дивидендов на эти акции в составе активов. Сюда также входят купоны на облигации и реинвестирование доходов фондами. Для уменьшения рисков инвестирования при портфельных инвестициях инвестор вкладывает средства в различные инструменты фондового рынка, в различные отрасли и страны, что является диверсификацией портфеля. Сам инвестор, как правило, не участвует в управлении компанией, которая является эмитентом ценных бумаг.

К основным причинам портфельных инвестиций можно отнести возможность получения максимально возможной прибыли на инвестированный капитал внутри страны либо за границей. Чем выше прибыльность инвестиции – тем выше ее риск. Для снижения риска следует делить капитал между не слишком

доходными, но надежными и проверенными активами и высокорисковыми вложениями. Защита капитала от инфляции и получение спекулятивного дохода также является весомой причиной осуществлять портфельное инвестирование.

Существуют два вида управления портфельными инвестициями [3]:

- пассивное управление;
- агрессивное управление.

Пассивное управление подходит для консервативных и умеренно-агрессивных инвесторов. При пассивном управлении вложение капитала происходит в высоконадежные и низкодоходные ценные бумаги. Такой способ инвестирования гарантирует стабильный доход, который будет незначительно обгонять инфляцию. Также такой способ управления не требует временных затрат на исследование рынков и контроль за составом активов, достаточно ребалансировать портфель раз в полгода. Суть данной стратегии заключается в стабильных покупках активов и сохранении их на длительный срок.

Агрессивное управление сопряжено с риском потери части капитала. При активном управлении вложение капитала происходит в рискованные активы с целью получения спекулятивной прибыли. При выборе этой стратегии следует учесть, что она требует определенного опыта и знаний в рамках фондовых рынков и экономических циклов. Структуру портфеля и ребалансировку следует производить намного чаще чем три или четыре раза в месяц, а еще лучше ежедневно. Здесь доход не гарантирован, но при правильном выборе активов и правильном выборе времени их покупки и продажи – доход будет значительно выше, чем если бы инвестор пользовался пассивной стратегией.

Рассмотрим основные инструменты приумножения инвестиций, используемые на фондовом рынке. К основным инструментам относятся [2]: акции, облигации, индексные фонды и валюты различных стран. Такие инструменты как фьючерсы и опционы являются более сложными и функционируют на основе базовых инструментов, указанных выше.

Акции представляют собой малую долю компании и соизмеримо купленной доле компании инвестор может рассчитывать на такую же по размеру долю прибыли этой компании. Прибыль на акции поступает дивидендными выплатами, также цена приобретенных акций постоянно меняется, что при их продаже может дать дополнительный доход.

Облигации являют собой займ на возвратной основе предоставляемый компании или какому-либо государству. Прибыль по облигациям выплачивается в виде купонов ежегодно либо ежеквартально, а в конце периода возвращается основная сумма займа. Доход по облигациям обычно ниже чем по акциям, зато намного более прогнозируемый и надежный. Данный инструмент является консервативным и подходит для пассивной стратегии управления. Либо для частичной диверсификации агрессивного портфеля.

Фонд состоит из определенного набора ценных бумаг, торгуемых на бирже. В структуру Фондов входит большое количество акций определенной отрасли, страны либо по другому признаку, в зависимости от стратегии выбранной фондом. Например, индексный фонд S&P 500 состоит из 500 крупнейших компаний США. Дивиденды по фондам почти никогда не платят, а реинвестируют внутри фонда, что постоянно повышает их стоимость. Фонд исторически почти всегда растет, что является надежным инструментом фондового рынка. Этот инструмент также подходит для пассивного управления портфелем и для диверсификации рисков.

Выводы. Частное и портфельное инвестирование – это вложение средств в приобретение определенного набора активов: портфеля ценных бумаг, недвижимости, ценных металлов, долей бизнеса, в целях получения прибыли на определенном промежутке времени и максимального снижения риска за счет диверсификации. Изменение структуры активов в портфеле влечет за собой изменение рискованности инвестиций и их доходности. Портфельные и частные инвестиции сопряжены с риском и требуют более тщательного анализа инструментов и видов инвестирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Левин П. Ваш личный финансовый советник / П. Левин. – Издательство Олимп-Бизнес, 2021. – 160 с. – ISBN 978-5-9693-0472-7.

2. Основы портфельного инвестирования : учебник для вузов / Т. В. Никитина, А. В. Репета-Турсунова, М. Фрёммель, А. В. Ядрин. – 2-е изд., испр. И доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 195 с.

3. Федорова Ю. В. Портфельные инвестиции // Научно-технический прогресс: Актуальные и перспективные направления будущего. – 2018. – С. 117–120. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35401688> (дата обращения: 01.10.2021).

© С. О. Лукашов, А. М. Рыбников

УДК 330.322.012

СТИМУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ РЕГРЕССИВНЫХ ТРЕНДАХ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

STIMULATION OF INVESTMENT ACTIVITY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE FACE OF REGRESSIVE TRENDS IN THE GLOBAL ECONOMY

Сербулов А. В., д. э. н., профессор
Рачек Э. С., обучающаяся группы 18Э
ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный
университет им. Канта», Институт экономики,
управления и туризма, г. Калининград

A. V. Serbulov,
Doctor of Economic Sciences, Professor
E. S. Rachek, student, gr. 18E
Immanuel Kant Baltic Federal University, Institute
of Economics, Management and Tourism, Kaliningrad

Аннотация

В статье приведены результаты исследования инвестиционной деятельности РФ в условиях мирового экономического кризиса. Описаны влияющие факторы, предложены методы стимулирования инвестиционной деятельности для Калининградской области и РФ в целом.

Annotation

The article presents the findings of the study of investment activities in the Russian Federation in the conditions of the world economic crisis. It describes the influencing factors and proposes methods for stimulation of investment activities for the Kaliningrad Region and the Russian Federation as a whole.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, региональная инвестиционная активность, валовый региональный продукт.

Keywords: foreign investments, regional investment activity, gross regional product.

Introduction. The main role in maintaining and increasing the economic potential of the state is played by investments which contribute to the increase in the gross national product and strengthen the position of the country on the world stage and in the foreign market.

Due to the difficult economic situation in the world caused by a complicated epidemiological situation because of coronavirus infection, the dynamics of investment activities in the Russian Federation have decreased significantly over the last few years.

Study Objective. Analyzing the Russian investment activities, tracing the trends, considering the options for possible solutions to improve the investment policy through the example of the Kaliningrad Region.

Study Results. According to Rosstat (Federal State Statistic Service) [2], the volume of investments in fixed capital in the Russian Federation in January-September 2020 fell by 4.1% in annual terms. The sharpest decline throughout the year is observed in the second quarter of 2020, when investments fell by 7.6%. In general, at the end of the previous year the volume of funds reduced by 6.6% as compared to the previous reporting period.

This is due to the following factors: first, there is an outflow of foreign investments due to the international crisis, global pandemic and tense geopolitics. Below is the dynamics of foreign direct investments in the Russian Federation in 2014-2020, which account for about 85% of the total mix of foreign financing (USD billion):

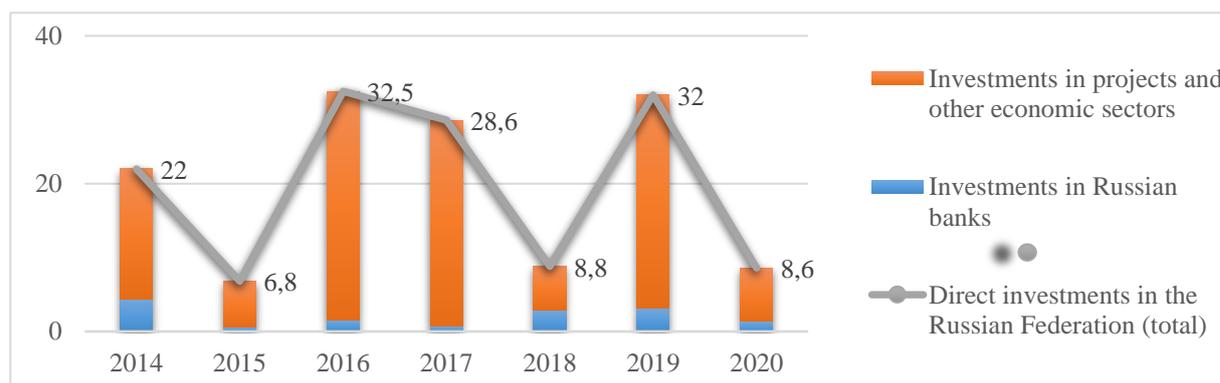


Figure 1 – Volume of direct investments in the Russian Federation in 2014–2020

Source: prepared by authors.

Based on the chart data, it becomes evident that the amount of invested funds throughout the entire analysed period had a stepwise trend, reaching its peak in 2019 which was associated with an intensively growing number of Russia's national

investment projects. The minimum amount of all investments in the Russian economy (6.8 billion USD) was made by foreign investors in 2015, which is a consequence of economic sanctions imposed on Russia due to the developments in the political arena. The volume of foreign direct investments in Russian banks, government projects and other economic sectors decreased fourfold in 2020 compared to the previous year and amounted to 8.6 billion USD. Most of the funds, namely 83% or 7.2 billion USD, are invested in Russian investment projects.

According to the data of EY European Investment Monitor (EIM) for 2020 [3], the main sectors in which investment projects retain the focus of foreign countries are industrial production, marketing, logistics, business services, and research and development.

Moreover, it should be noted that the economic crisis has not left Russian investors unaffected. Investments have also decreased significantly and there is a negative trend in recent years. About 80% of domestic industrial companies in 2016-2018 made investments due to the need to replace fixed production assets, often unplanned. In the context of high economic uncertainty and geopolitical risks, the business sought to implement projects with maximum liquidity and quick return on invested money, which had a significant impact on the entire volume of investments made by the investors [3].

It is worth paying attention to such an important indicator as the ratio of investment in fixed capital to gross domestic product. Figure 2 shows the dynamics of the data for 2015–2020 published by the Ministry of Finance:

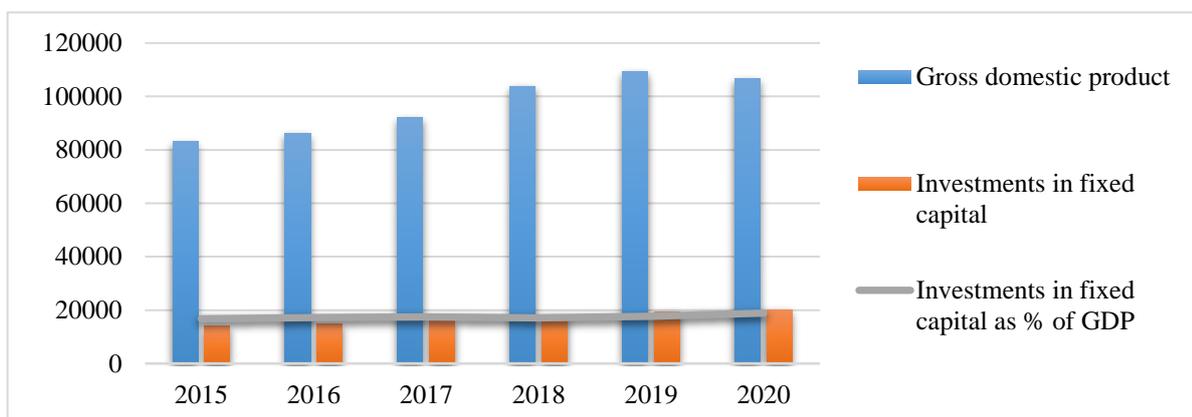


Figure 2 – Ratio of investments to GDP for 2015–2020

Source: prepared by authors.

Based on the above statistics, we can say that the volume of investments in fixed capital in monetary terms grows slightly in the period from 2015 to 2017, peaks in 2019, but begins to decline already in 2020. Throughout the whole period under consideration, the percentage of investments in fixed capital is approximately the same and fluctuates between 18% and 21%.

In 2020, more than 60% of all investments in fixed capital were absorbed in the Central, Ural and Volga Federal Districts (31.2%, 15.6% and 13.7%, respectively).

Let us consider the Kaliningrad Region as an example of potential possibilities of increasing the investment attractiveness of the region. The total volume of investments into the fixed capital in the region in 2020 equals to 97.5 billion rubles. This indicator per resident of the Kaliningrad Region reached 93.6 thousand rubles, which demonstrates a decrease by 8.2% or 5.5 billion rubles [5].

Based on the official statistics, we can say that the manufacturing industry is the leader in terms of the share occupied in the structure of GRP. It is followed in descending order by real estate operations, trade and the service sector. It should also be noted that agriculture, although not having a large share, has a sufficient economic impact on the development of the region.

In our opinion, qualitative improvement of the current investment activities is possible through the provision of a subsidized rate for loans in the amount of 2/3 of the refinancing rate of Russia, subsidizing the purchase of equipment for enterprises and organizations. These factors will contribute to the development of small investment projects, but they are not efficient enough in the overall scale of the region's activities.

Efficient and healthy development of the financial market directly depends on the interest of potential investors to become its participants, which is why the Kaliningrad Region should focus on attracting foreign investors. This can be done by means of the following instruments: providing tax incentives, e.g. prolongation of reduced tax rates for profit, property, land (currently it is 0% for only 6 years after the first profit), extension of deferred VAT for the goods imported from the territory of the Kaliningrad Region, given the location of the region, execution of agreements on trade and economic cooperation with neighbouring countries.

In order to propose ways to improve the region's domestic investment activities, it is necessary to identify which factors have the greatest impact on the volume of attracted investment. Let us analyse the data published by the Federal State Statistics Service for 2016-2020 in the statistical software SSPS Statistics. The set of influence factors included GRP per capita (X1), balanced financial result in all types of economic activities (X2), cash income of the population of the Kaliningrad Region (X3), relative share of profitable organizations in the total number of organizations, percentage (X4), and capital costs appreciation factor (X5). The use of the method of principal components allows us to obtain the following results of assessing the degree of mutual influence of these factors:

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y		,241	,499	,329	,232	,291
X1	,241		,209	,030	,332	,081
X2	,499	,209		,050	,136	,250
X3	,329	,030	,050		,474	,194
X4	,232	,332	,136	,474		,400
X5	,291	,081	,250	,194	,400	

Figure 3 – Factor analysis of the region's investment performance in 2016-2020

Source: prepared by authors.

The analysis of the table shows that such factors as the gross regional product, the balanced financial result in all types of economic activities in the Kaliningrad Region, as well as the relative share of profitable organizations in the total number of organizations have the greatest influence on the volume of investment funds of the region.

Apparently, measures should be taken to maintain stability and sustainability of the above factors, as well as to ensure their positive trends in order to increase the scale of investment activities in the region. This can be achieved by increasing the scale of

local production and economic growth rates. For example, through active participation of local organizations in the National Entrepreneurial Initiative "Improvement of Investment Climate in the Russian Federation" and establishment of own regional investment programs.

It should be noted that modernization of the fiscal tools will also have a positive impact on the activities of foreign investors. The key rate may be raised as part of changes in the monetary policy of the Bank of Russia in the near future, which will create a more attractive environment. Today, the government needs to develop socio-economic incentive programmes that will be aimed at providing benefits and subsidies to establish, support and, most importantly, develop small and medium-sized businesses. It is these participants of the economic process that need support at the moment, as the global pandemic caused by the coronavirus has brought down the financial position of a large sector of businesses.

Conclusions. The dynamics of the investment activities in the Russian Federation in the last few years have significantly decreased as a result of the global economic crisis. Nevertheless, the government offers innovative methods to stimulate the investment activities. Such economic policy will subsequently ensure an increase in the volume of attracted funds both at the federal and regional levels. The advantages of special economic zones also contribute to the active attraction of foreign investors to the regions. Ensuring the inflow of investment to municipalities through implementation of investment programs and tax incentives will positively affect the improvement of living standards not only in a particular region, but also on the nationwide scale.

LIST OF REFERENCES

1. Analitiki CB nazvali glavnye prichiny nizkih promyshlennyh investitsij [Main Reasons for Low Industrial Investments Named by Central Bank Analysts] / News for Russia and the World – RBC. – URL: https://www.ey.com/ru_ru/attractiveness/21/european-attractiveness-survey-2021-russia (reference date: 27 September 2021).

2. Efficiency of the Russian Economy: Federal State Statistics Service of Russia – URL: https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial (reference date: 27 September 2021).

3. Investicionnaya privlekatel'nost' stran Evropy za 2020 god: Rossiya [Investment Attractiveness of European Countries in 2020: Russia]. – URL: https://www.ey.com/ru_ru/attractiveness/21/european-attractiveness-survey-2021-russia (reference date: 27 September 2021).

4. Ksenofontova K. V. Investicionnaya deyatel'nost' kak ob'ekt gosudarstvennogo nalogovogo regulirovaniya [Investment Activities as an Object of the State Tax Regulation] // Sibai Institute of Bashkir State University. – URL: http://www.rusnauka.com/27_NII_2008/Economics/34661.doc.htm (reference date: 27 September 2021).

5. Local Office of the Federal State Statistics Service in the Kaliningrad Region. – URL: https://kaliningrad.gks.ru/storage/mediabank/Основные%20показатели%20инвестиционной%20деятельности_20%20сводный.pdf (reference date: 27 September 2021).

6. German A. A. Perspektivy ispol'zovaniya nalogovyh mer stimulirovaniya investitsij v Rossijskoj Federacii pri nesenii ubytkov sub'ektami investicionnoj deyatel'nosti [Prospects for the Use of Tax Incentives to Attract Investments in the Russian Federation When Investors Incur Losses] / A. A. German // Journal of Corporate Finance research / Corporate Finance. – 2016. – Vol. 10, No. 4 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-nalogovyh-mer-stimulirovaniya-investitsiy-v-rossiyskoj-federatsii-pri-nesenii-ubytkov-subektami/viewer> (reference date: 27 September 2021).

© A. V. Serbulov, E. S. Rachek

**РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ И ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ
СТОИМОСТЬЮ РЕМОНТНО-СТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

**METHODS AND TOOLS FOR MANAGING THE COST
OF CONSTRUCTION WORKS**

Трушковская Е. Д., к. э. н., доцент
Коцюбинская М. В., обучающийся группы 1-Мм-2
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет»,
г. Санкт-Петербург

E. D. Trushkovskaya,
Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
M. V. Kotciubinskaia, student, gr. 1-Mm-2
Saint-Petersburg State University of Architecture
and Civil Engineering, Saint-Petersburg

Аннотация

Управление стоимостью – это процесс, нацеленный на исполнение проекта в рамках утвержденного бюджета. В статье описаны возникающие риски при управлении стоимостью, особенности управления стоимостью в ремонтно-строительных организациях, типы оценок и методы стоимостной оценки.

Annotation

Cost management is a process aimed at executing a project within an approved budget. The article presents the emerging risks in cost management, features of cost management in repair and construction organizations, types of estimates and methods of cost estimation.

Ключевые слова: управление стоимостью, ремонтно-строительные организации, оценка стоимости проекта, методы стоимостной оценки.

Keywords: cost management, construction companies, project cost estimate, valuation methods.

Введение. Ремонтно-строительные работы в большинстве своем производят компании, относящиеся к мелкому и среднему бизнесу. За последние несколько лет на территории России ликвидировано организаций больше, чем открыто новых. Главная причина ликвидации – убыточность бизнеса. Исходя из этого изучение и разработка новых методов и инструментов управления стоимостью является актуальной задачей, призванной в том числе и повысить прибыльность бизнеса и удовлетворить спрос на данный вид работ.

Цель исследования. Проанализировать современные методы и инструменты управления стоимостью и отобрать комплекс методов и инструментов, учитывающих специфику ремонтно-строительных работ и позволяющих наиболее точно установить рыночную стоимость работ, удовлетворяющую спросу на них.

Результаты исследования. Главная задача системы управления стоимостью – планирование и контроль затрат, необходимых и возникающих в ходе проекта, осуществляемый с помощью разработанных методик и инструментов.

Управление стоимостью работ необходимо для:

- понимания прогнозной стоимости комплекса работ;
- знания исполнителем объемов ресурсов, израсходованных/ задействованных в проекте, и время их использования;
- минимизации непредвиденных расходов/отклонений бюджета.

Реализация процессов: оценки стоимости, разработки бюджета, контроля стоимости, обеспечивает управление стоимостью.

Были выявлены проблемы управления стоимостью и возникающие вследствие этого риски (таблица 1).

Таблица 1 – Классификатор основных рисков

Проблема	Фактор риска	Виды возникающих рисков
Определение конкретных задач финансирования	Не получение средств за выполненные работы	юридические риски; коммерческие риски
Оценка ресурсов необходимых для реализации проектов	Нехватка средств организации для осуществления этапа работ из-за увеличения стоимости в ходе пересмотра необходимых ресурсов	юридические риски; риск потери репутации организации
Разработка целевых нормативов эффективности и показателей для их измерения	Возникновение конфликтных ситуаций, поскольку качество работ не соответствует предъявляемым требованиям	юридические риски; коммерческие риски; маркетинговые риски; производственные риски
Определение ключевых факторов стоимости ремонтно-строительных работ	Неверное формирование цены на услуги из-за неучтенных ключевых факторов	риск упущенной выгоды; риск, влекущий экономические потери; организационные риски

Источник: составлено авторами.

Особенностью ремонтно-строительных организаций можно считать то, что вся их деятельность состоит из одновременной, параллельной реализации нескольких небольших по масштабу проектов. Но то что проекты по масштабу относятся к мелким, не исключает прохождение ими все тех же этапов реализации: первичной оценки стоимости, определение финансирования, разработка смет, бюджета и контроль.

Любой проект не может быть выполнен без этапа финансирования. Все затраты проекта подразделяются на три вида:

1. Обязательства – затраты, возникающие при заключении договора на исполнение услуги/поставку товара. Исполнитель выставляет счета оплата по которым может производиться по-разному: когда готовы

комплектующие/материалы; когда произведены работы/поставлены товары; по частичной/полной предоплате; на иных условиях.

2. Бюджетные затраты, т. е. это сметная стоимость работ, распределенная во времени. График расходов отображает величину и сроки планируемых расходов по проекту.

3. Фактические затраты – реально произведенные расходы в проекте.

В зависимости от того как будут учтены эти затраты значительно изменяется картина финансового стояния проекта.

На данном этапе и возникает проблема определение задач финансирования. Для ее решения необходимо четко определить и зафиксировать в политике организации:

- политику оплаты работ (предоплата/частичная предоплата/по факту);
- политику оплаты счетов (предоплата/ в день получения/ др.);
- принципы списания затрат на рабочую силу/материалы;
- принципы учета затрат в проекте;
- принципы оплаты при привлечении субподрядных организаций;
- взаимосвязь графика выполнения работ и списания затрат.

Для ремонтно-строительной организации не обязательно рассматривать этот этап тщательно для каждого проекта. Достаточно единожды разработать систему и четко ее зафиксировать в политике организации.

Далее идет оценка стоимости работ, т. е. определение всех затрат, которые нужны для успешной реализации проекта. На данном этапе получают примерные данные о стоимости работ и задействованных ресурсах. Точность оценки зависит от назначения данных и этапа проекта. Можно выделить несколько типов оценок стоимости (таблица 2).

Таблица 2 – Типы оценок стоимости

Тип оценки	Содержание	Диапазон погрешности
Грубый порядок величины	расчет стоимости проекта на стадии концепции/идеи с учетом метода единичных расценок	50–100 %
Порядок величины	предположительная стоимость, рассчитанная в бизнес-плане или другом аналогичном документе с учетом календарного графика работ	25–75 %
Бюджетная оценка	стоимость составленная на основе данных поставщиков/исполнителей работ	10–25 %
Точная	оценка стоимости, которая будет включена в бюджет для определения плановой стоимости	5–10 %

Источник: составлено авторами по материалам [1].

На данном этапе важно учесть все возможные ресурсы, которые могут понадобиться в проекте для минимизации риска увеличения стоимости в ходе реализации проекта, а также покрытия затрат организации напрямую не связанных с данным заказом (аренда помещений/ рабочая сила вспомогательного персонала и прочие). Методы, с помощью которых производится стоимостная оценка, представлены в таблице 3. Какой метод будет применен, зависит от конкретного проекта.

Таблица 3 – Методы стоимостной оценки

Метод	Содержание	Примечание
Параметрическая оценка	Применяется статистическая зависимость между ценой операции и другими переменными, полученными на основе анализа исторических данных	Стоимость полного объема работ рассчитывается из стоимости отдельной единицы
Оценка по аналогам	Оценка производится на основе данных о похожих ранее исполненных работах	Преимущество в том, что уже известна разница между плановой и фактической оценкой, что позволяет сделать расчет точнее на эту разницу
Оценка «снизу вверх»	Оценка полного объема работ состоит из суммированных оценок мелких составляющих	Считается наиболее точным методом
Оценка «сверху вниз»	Изначально делается укрупненная оценка, после этого идет детализация по элементам	Применяется при нехватке информации о ресурсах необходимых для реализации
Анализ предложений исполнителей	Направляется техническое задание или иная документация с заявкой на оценку стоимости подрядным организациям	Метод может быть применен при задействовании подрядных организаций

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Следующим этапом идет разработка смет, где стоимостная оценка структурируется. Рассматривается деятельность ремонтно-строительных организаций, в них чаще всего применяются наиболее простые сметы – локальные. Сметы проходят согласование с Заказчиком. Для упрощения чтения Заказчиком смет рекомендуется не выделять отдельными графами сметную прибыль, накладные расходы, расходы на эксплуатацию техники и т. п., а объединить это сразу в стоимость услуг. Например, расписаны все задействованные строительные материалы и производимые услуги (демонтаж покрытий/установка сантехник и т. д.) в цену которых уже включены накладные расходы, прибыль, эксплуатация техники малой механизации.

Далее разрабатывается бюджет заказа, который показывает сколько и когда будет израсходовано финансовых средств. Бюджет может корректироваться в зависимости от этапа проекта [2].

Главное отличие бюджета от сметы – наличие в бюджете доходной части и распределение затрат по времени.

Одним из рисков, который часто служит причиной конфликтов с Заказчиком – превышение бюджета. Поэтому необходим строгий контроль.

Традиционный способ контроля состоит в сравнении плановой стоимости выполнения работ и фактической, разница между этими показателями – отклонение по стоимости. При традиционном способе отслеживаются только стоимостные показатели, и отсутствует возможность контроля объемных

показателей. Чтобы принимаемые менеджером решения о ходе исполнения заказа и изменении расчета стоимости были объективными ему нужна информация: о количестве выполненных работ относительно плана, отставании/опережении заказа по графику, выполнены ли работы к отчетной дате, имеются ли отклонения по объемам.

Данную информацию можно получить, применяя метод освоенного объема – совокупность инструментов, позволяющих измерить, проанализировать и спрогнозировать значения показателей стоимости, продолжительности и содержания проекта.

Выводы. Управление стоимостью нужно для знания ориентировочной стоимости работ, понимания объемов необходимых ресурсов для реализации, минимизации отклонений. Для повышения качества оценки стоимости необходимо придерживаться следующих принципов: оптимального ответственного: привлечение исполнителей задачи, так как они лучше понимают ее, также это повысит ответственность исполнителя за результат; независимости: каждая работа рассматривается независимо от других; адекватности условий: нужно учитывать ограничения по проекту; признания рисков: необходимо учитывать непредвиденные обстоятельства и риски, исходя из адекватной их оценки и расчетов; права на ошибку: оценка – это предположение, хоть задача и минимизировать погрешность, однако не стоит излишний раз перестраховываться и вводить необоснованные резервы.

В результате анализа современных методов и инструментов управления стоимостью определен комплекс методов и инструментов, учитывающих специфику ремонтно-строительных работ. Применение данного комплекса методов обоснованно тем, что они позволяют рассчитать рыночную стоимость работ с учетом специфики спроса на данные работы. Таким образом, в систему управления стоимостью ремонтно-строительных работ включен учет фактора потребительских ожиданий относительно перечня и стоимости работ, а также бесплатно предоставляемых услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кулешова И. Б. Процесс формирования стоимости строительно-монтажных работ // ТДР. – 2014. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-formirovaniya-stoimosti-stroitelno-montazhnyh-rabot> (дата обращения: 13.09.2021).

2. Управление проектами. Полный курс МВА / А. В. Полковников, М. Ф. Дубовик. – М. : Издательство «Олимп-Бизнес», 2017. – 552 с.

3. Федотова М. А. Совершенствование методов стоимостной оценки финтех компаний / М. А. Федотова, Е. А. Демьянова // Имущественные отношения в РФ. – 2018. – № 4 (199). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-metodov-stoimostnoy-otsenki-finteh-kompaniy> (дата обращения: 21.09.2021).

© Е. Д. Трушковская, М. В. Коцюбинская

ВЛОЖЕНИЕ В АКЦИИ: ОПРАВДАН ЛИ РИСК
INVESTING IN STOCKS: IS THE RISK JUSTIFIED

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Безроднова Д. А., обучающаяся группы НАУ20-4
Хумарян З. М., обучающаяся группы НАУ20-4
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
D. A. Bezrodnova, student, gr. NAU20-4
Z. M. Khumaryan, student, gr. NAU20-4
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

В статье проанализированы преимущества и недостатки вложений в такие ценные бумаги, как акции, и сделан вывод, на сколько оправданы эти вложения. Любой человек в мире, независимо от уровня своего дохода старается иметь некоторые сбережения, или стабильный источник дохода, которого хватит на поддержание достойного уровня жизни.

Annotation

Every person in the world, regardless of their income level, tries to have some savings, or a stable source of income, which will be enough to maintain a decent standard of living. In this article, we will analyze the advantages and disadvantages of investing in securities such as stocks, and conclude whether these investments are justified.

Ключевые слова: инвестирование, акции, преимущества вложений в акции, недостатки вложений.

Keywords: investing, stocks, advantages of investing in stocks, disadvantages of investment.

Введение. В современном мире при очень высоких темпах жизни, люди не всегда успевают позаботиться о себе и о своём будущем. Чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, нужно задумываться об инвестициях прямо сейчас. Как показала прошедшая в 2020 году пандемия коронавирусной инфекции, у многих людей не было сформированной финансовой подушки безопасности, и при сокращении заработной платы многие оказались в критических ситуациях, кажущуюся стабильной экономику можно быстро перевернуть с ног на голову, оставив тех, кто не подготовился. Но часть общества, которая инвестировала в различные акции и иные ценные бумаги и проекты смогла создать себе некий источник дохода. Относительно постоянным был доход людей, чьи портфельные инвестиции состояли из разных ценных бумаг, и период пандемии был с финансовой точки зрения для них перенесён комфортнее. Помимо личных выгод, непрофессиональные (не имеющие в этой области образования и практики)

инвесторы способствуют развитию финансового рынка. За последние 2 года люди начали все больше интересоваться вложениями в акции, большинство из них привлекли именно акции иностранных компаний. Их популярность возросла за счет быстрорастущего американского рынка, по сравнению с крупными мировыми рынками и показывал хорошие результаты. Также на американском рынке имеется большой выбор инструментов для инвестирования, по сравнению с российским рынком, на котором ликвидных бумаг не так много. Еще одной причиной является курс доллара. Большинство людей старались сохранить свои деньги посредством вложения в твердую валюту, которой как раз считается доллар [4; 5].

Целью исследования является анализ достоинств и недостатков использования такой ценной бумаги, как акция, и получения вывода о прибыльности или рискованности данного финансового инструмента.

Результаты исследования. Существует множество различных способов инвестирования, и одним из критериев деления можно назвать безопасность вложений. Исходя из своих нужд (высокая ликвидность/низкий уровень риска) вы можете выбрать самый комфортный способ можно выбрать самому. Что касается вложений в акции, то это удобный способ накопления и приумножения средств, нужно только поставить верные цели, выждать момент и забрать вложенные деньги с прибылью, продав акции, которые уже выросли в цене, а вырученные деньги можно вложить в новые проекты, тем самым постоянно преумножать свой капитал. Инвестирование является еще одним источником дохода, который увеличивает наше состояние, увеличивает покупательскую способность. Но перед тем, как вкладываться, стоит изучить преимущества и недостатки, с которыми придётся столкнуться. Как было сказано выше, многие люди предпочитают вкладывать деньги в акции, считая этот способ наиболее простым, быстрым и выгодным. Рассмотрим другие преимущества инвестирования в акции:

– Главное преимущество, это конечно же, простота. Вложения в акции считаются одним из самых понятных способ инвестирования. Покупая акции, человек становится акционером, то есть законным собственником приобретенной им части какой-либо компании. Все сделки, комиссии и финансовые результаты от сделок, проводимые с акциями на бирже, инвестор может посмотреть в своем брокерском счете, на основе этого акционер может принимать решения о дальнейшем инвестировании в данную компании или же наоборот.

– Также, к одному из главных преимуществ можно отнести более высокую доходность по сравнению с облигациями и денежными депозитами в среднем. Из-за того, что акции растут и падают в стоимости больше, чем облигации и денежные депозиты, рынок платит более высокую доходность, чтобы «компенсировать» вам это в среднем. Однако, это не может гарантировать, что от акций у вас всегда будет более высокая доходность по сравнению с облигациями или денежными депозитами.

– Обоснованность выбора – еще одно преимущество акций. Многие люди вкладываются в акции из-за успешного ведения бизнеса компаний на протяжении долгого времени. Каждый инвестор четко понимает, в какую сферу и компанию он вкладывается, так как тяжело перепутать сферы деятельности крупных компаний, таких как «Лукойл», «Apple», «Газпром» и другие.

– Некоторая защита от инфляции также является одним из достоинств инвестирования в акции. Если есть инфляция, корпоративные прибыли должны

увеличиться, по крайней мере, в денежном выражении (игнорируя инфляцию), поэтому дивиденды и цены на акции должны расти.

– Мобильность. В настоящее время, в эру информационных технологий, многие процессы, связанные с инвестированием в акции, могут происходить дистанционно, то есть совершать сделки возможно через брокерскую компанию в какой-либо предназначенной для этого программе или же по звонку брокеру. Все это происходит быстро и не требует от инвестора много времени [2; 3; 4].

Как было сказано в первом преимуществе «простота», акционер становится законным собственником приобретенной части компании, также, если человек владеет акциями напрямую, то он может иметь право голоса через общее собрание акционеров компании в политике компании и получить голосование по вопросам акционеров. Учитывая все эти преимущества, мы можем сделать вывод, что даже человек не имеющий должного образования при базовом уровне финансовой грамотности может выгодно вкладываться в акции.

Имея значительный ряд преимуществ, инвестирование в акции имеет несколько минусов, из-за которых некоторые люди не рискуют вкладывать свои средства в акции:

– Имеется риск того, что компания станет банкротом, и ваши акции в этой компании будут бесполезны. Чтобы это избежать инвестору необходимо более тщательно выбирать компании, просматривать статистику за последние 10 лет и следить за ее деятельностью.

Большинство из людей, которые не инвестируют, опасаются того, что цена акций упадет, когда они захотят их продать, и, таким образом, получают обратно меньше, чем заплатили за них при покупке [1; 5].

Выводы. Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что вклад в акции различных компаний является одним из способов выгодных вложений, если есть желание заработать с помощью инвестиций. У акций, как и у других инструментариев инвестирования, существуют свои положительные и отрицательные стороны. На наш взгляд, если человек обладает некоторыми знаниями в области финансовой грамотности, то можно вкладываться уверенно в данный инструментарий и ожидать будущих экономических выгод. В ближайшем будущем число инвесторов снизится, но останется весьма значительным, так как сейчас люди настроены заработать больше денег, приложив при этом как можно меньше усилий, то есть получить наибольшую доходность. Именно поэтому рост инвесторов будет зависеть от движения ставок в экономике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Батяева Т. А. Рынок ценных бумаг / Т. А. Батяева, И. И. Столяров. – М. : ИНФРА –М, 2006. – 304 с.

2. Лялин В. А. Рынок ценных бумаг / В. А. Лялин, П. В. Воробьев. – Проспект, 2007. – 384 с.

3. Мишарев А. А. Рынок ценных бумаг. – СПб. : Питер, 2007. – 256 с.

4. Мусина М. А. Сущность акций как инструмента инвестирования / М.А. Мусина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 44 (282). – С. 51–54. – URL: <https://moluch.ru/archive/282/63448/> (дата обращения: 08.10.2021).

5. Фаербер Э. (Faerber E) Всё об инвестировании (All About Investing). – New York : McGraw-Hill, 2006. – URL: Понимание рисков инвестирования в акции (cfin.ru) (дата обращения: 27.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, Д. А. Безроднова, З. М. Хумарян

**ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ**

**TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT
OF FOREIGN INVESTMENT**

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Жильцова Д. В., обучающаяся группы НАУ20-4
Князева Д. Д., обучающаяся группы НАУ20-4
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
D. V. Zhiltsova, student, gr. NAU20-4
D. D. Knyazeva, student, gr. NAU20-4
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

Прямые и портфельные иностранные инвестиции, становясь продолжением процесса интеграции государств в единое экономическое пространство, имеют свои особенности. Их динамика определенным образом сказывается на социально-экономических преобразованиях. Исследование специфики прямых и портфельных инвестиций необходимо для их наиболее эффективного использования. Научная новизна работы состоит в изучении тенденций изменения иностранных инвестиций и выявлении перспектив их развития на мировой арене, их влияния на социально-экономическое развитие государств.

Annotation

Foreign direct and portfolio investments, becoming a continuation of the process of integration of states into the single economic space, have their own characteristics. Their dynamics have a certain effect on socio-economic transformations. The study of the specifics of direct and portfolio investments is necessary for their most effective use. The scientific novelty of the work consists in studying the trends of changes in foreign investment and identifying the prospects for their development on the world stage, their impact on the socio-economic development of states.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, доклад ЮНКТАД, тенденции, перспективы развития, пандемия.

Keywords: foreign investment, UNCTAD report, trends, development prospects, pandemic.

Введение. Инвестиции представляют собой неотъемлемую часть экономики и происходящих в ней процессов. Кроме того, они являются важным фактором ее роста и условием стабильного функционирования. Потoki инвестиционного капитала затрагивают основы эффективного взаимодействия стран. Актуальность темы данной статьи состоит в том, что инвестиционная деятельность является

одним из главных механизмов развития хозяйствования как в отдельно взятой стране, так и в мировом масштабе.

Цель исследования. Выявить роль иностранных инвестиций в процессе международного движения капитала и тенденции их развития с учетом изменений в социально-экономической системе мира.

Результаты исследования. Прямые и портфельные иностранные инвестиции становятся продолжением процесса интеграции стран в единое экономическое пространство. Совместная деятельность по инвестированию способствует решению стоящих задач по финансированию и позволяет объединять усилия для реализации крупных проектов. Мировой кризис вызвал серьезные изменения в инвестиционной деятельности, которая, как ожидается, начнет путь своего восстановления лишь к 2022 году.

Иностранные инвестиции по своей сущности представляют одну из наиболее важных форм движения капитала [1, с. 216–217]. Они являются вложениями иностранного капитала, осуществляющимися в товарной и денежной форме, в активы национальных предприятий для получения благодаря этому экономических выгод в виде финансового вознаграждения в будущем [3, с. 23].

В 2020 году мировая экономическая картина безусловно подверглась изменениям вследствие пандемии. Изменения продолжают происходить во многих процессах международных экономических отношений по сей день. Для анализа был взят «Доклад о мировых инвестициях 2020» ЮНКТАД, фиксирующий изменения в национальной и международной инвестиционной политике и подводящий некоторые итоги влияния пандемии COVID-19. По данным доклада прямые иностранные инвестиции будут сокращаться вследствие мирового кризиса. На 2020 год прогнозировалось снижение на 40 % в сравнении с 2019 годом. Что касается 2021 года, предполагается сокращение еще на 5–10 %, а начало восстановления ожидается в 2022 году [1, с. 1].

В целом, перспективы на данный момент выглядят достаточно неопределенно. Статистика крайне неустойчива, поскольку по сей день пандемия то снижает обороты, то наступает так называемая «новая волна». Таким образом, на перспективы развития влияет продолжительность эпидемиологического кризиса и эффективность политических мер по устранению последствий пандемии в экономике.

Изменения затронули и сферу формирования спроса и предложения на прямые иностранные инвестиции. Начатые инвестиционные проекты были замедлены под действием введения карантина. Также, правительства стран приняли определенные политические меры по новым инвестиционным ограничениям. Реорганизация глобальных цепочек стоимости, направленная на обеспечение устойчивого положения мировой экономики, одновременное ее оживление и пополнение основного капитала, будет постепенно восстанавливать потоки инвестиций, начиная с 2022 года. Скорость наступления последствий пандемии подтверждается уже выявленными показателями. В объеме инвестиционных проектов, осуществляемых «с нуля», и международных слияний и поглощений наблюдалось сокращение в начале 2020 года в размере более 50 % относительно предшествующего года. Сфера глобального проектного финансирования потерпела сокращение более чем на 40 %.

Немаловажно то, что степень воздействия пандемии зависит от региона [1, с. 8]. Больше изменение в объеме прямых иностранных инвестиций вследствие кризиса ожидается в развивающихся странах, так как они находятся в большей зависимости от инвестиций в связанные с глобальными цепочками стоимости и с добывающей промышленностью отрасли, а также не имеют возможности принятия таких же мер поддержки для экономики, как у развитых стран. Ожидается снижение притока прямых иностранных инвестиций в Европу на 30–45 %, что в сравнении с ожидающимся падением притока капитала в Северную Америку и иные развитые страны, где оно будет на уровне 20–35 %, гораздо больше. Причиной тому является уязвимость региона уже на стадии начала кризиса. Тогда как в 2019 году наблюдалось увеличение притока прямых иностранных инвестиций в развитые страны: оно составило 5 %, и достигло величины 800 миллиардов долларов. Кроме того, на 2020 год прогнозировалось падение притока прямых иностранных инвестиций в Африку в среднем на 25–40 %. В 2019 году уже наблюдалось сокращение на 10 %. Негативная динамика усугубляется вследствие низких цен на сырье. В 2019 году объем прямых иностранных инвестиций в развивающейся Азии сократился на 5 % и достиг величины 474 миллиардов долларов, что произошло при условии его подъема в Юго-Восточной Азии, Китае и Индии. Вследствие кризиса приток прямых иностранных инвестиций в Азию серьезно снизится: на 2020 год прогноз составлял изменение на 30–45 %. Сокращение притока прямых иностранных инвестиций в Латинскую Америку и Карибский бассейн ожидается достаточно масштабным. На 2020 год ожидалось снижение на 50 % в сравнении с 2019 годом, который продемонстрировал увеличение на 10 %, так как происходит усугубление политической турбулентности и структурных слабостей, а также наблюдается уязвимость в рассматриваемом регионе вследствие отраслевой структуры прямых иностранных инвестиций. Что касается стран с переходной экономикой, они должны потерпеть снижение притока прямых иностранных инвестиций в среднем на 30–45 %, из-за чего рост, наблюдающийся в 2019 году после нескольких лет небольшого объема притока и составивший 59 %, теряет свой смысл и результат [1, с. 9–15].

Помимо этого, в государствах, не выделяющихся степенью развитости своей экономики и находящихся в состоянии уязвимости, перспективы динамики прямых иностранных инвестиций крайне безрадостны, поскольку еще в 2019 году объем притока прямых иностранных инвестиций в наименее развитые страны продемонстрировал сокращение на 6% и составил 1,4% от всего объема прямых иностранных инвестиций.

Выводы. Таким образом, и наблюдается, и прогнозируется масштабное сокращение потоков прямых иностранных инвестиций по всему миру.

Применение иностранных инвестиций — это объективная необходимость, которая обусловлена участием экономики отдельно взятого государства в системе международного разделения труда и направлением потоков капитала в открытые для предпринимательства отрасли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Доклад о мировых инвестициях 2020 / ЮНКТАД. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_overview_ru.pdf (дата обращения: 24.09.2021).

2. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник для вузов / О. В. Игнатова [и др.] ; под ред. О. В. Игнатовой, Н. Л. Орловой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 358 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13877-1. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477370> (дата обращения: 24.09.2021).

3. Николаева И. П. Инвестиции : учебник / И. П. Николаева. – Москва : Дашков и К, 2020. – 254 с. – ISBN 978-5-394-03487-9. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/111008.html> (дата обращения: 24.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, Д. В. Жильцова, Д. Д. Князева

УДК 336.71

ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ, ПУТИ ИХ ПОВЫШЕНИЯ

PROFIT AND PROFITABILITY OF ORGANIZATIONS IN THE BANKING SECTOR, DIRECTIONS FOR THEIR IMPROVEMENT

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Катасонова С. Д., обучающаяся группы У19-3
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. D. Katasonova, student, gr. U19-3
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

Статья посвящена проведению анализа показателей прибыли и рентабельности организаций банковской сферы на примере действующих банков Российской Федерации. На основе результатов осуществлённого анализа и публично размещённой информации об источниках формирования прибыли предложены возможные пути повышения рентабельности коммерческих банков.

Annotation

The article is devoted to the analysis of indicators of profit and profitability of organizations in the banking sector in the practice of banks of the Russian Federation. Possible ways of increasing the profitability of commercial banks are proposed.

Ключевые слова: банковская система, пути повышения рентабельности, способы увеличения прибыли и сокращения издержек.

Keywords: banking system, ways to increase profitability, ways to increase profits and reduce costs.

Введение. В настоящее время организации банковского сектора являются ключевыми финансовыми посредниками в мировой экономике. Следовательно, от стабильности и эффективности организации их деятельности зависит планомерное развитие экономической системы в целом. Существует огромное количество способов оценки результативности работы и финансового состояния любой компании. Однако, рентабельность, представляющая собой производным показатель от прибыли, наиболее корректно отражает реальное финансовое состояние предприятия, в частности, банковской организации [4].

Цель исследования. На основе анализа состояния российских коммерческих банков определить пути повышения рентабельности.

Результаты исследования. В целях разработки рекомендаций по повышению прибыли и рентабельности банков на основе изменений данных показателей банков за период с 01.01.2016 по 01.01.2021 был проведен анализ показателей деятельности банковских организаций, результаты которого представлены на рисунке 1.

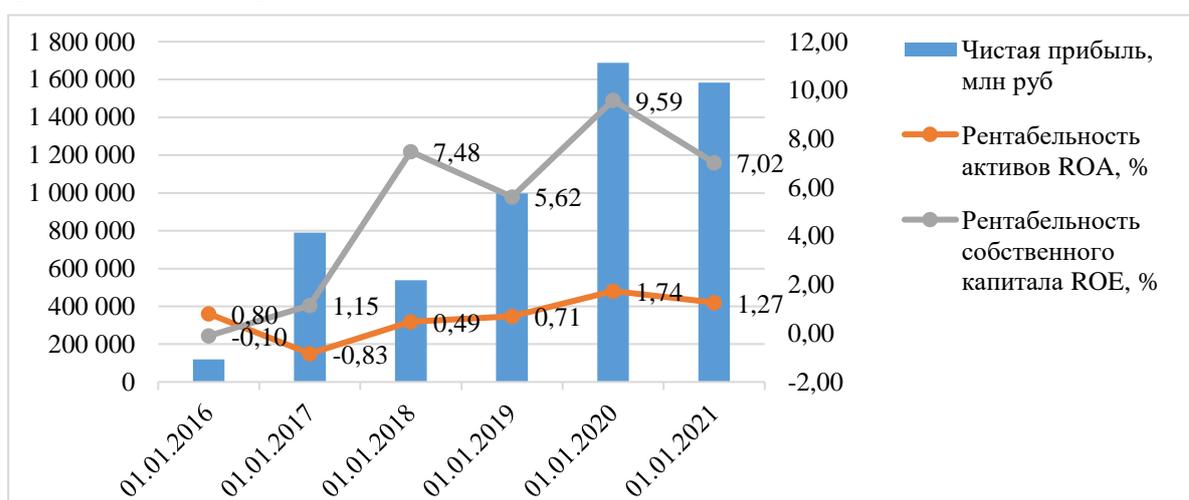


Рисунок 1 – Показатели прибыли и рентабельности действующих банковских организации России за период с 01.01.2016 по 01.01.2021
Источник: составлено автором по материалам [5].

В течение рассматриваемого периода наблюдается скачкообразное изменение показателей рентабельности. Сложившуюся ситуацию ухудшает неравномерность распределения чистой прибыли между банками. Так, на момент 01.01.2021 г. из перечня действующих кредитных организаций в России прибыльными показали себя 366 банков, а убыточными – 75. Важно упомянуть тот факт, что весомая доля прибыли банковского сектора, приходится лишь на несколько крупнейших компаний [1, с. 28–31].

Результаты деятельности организаций банковской сферы оказываются нестабильными по таким причинам, как ужесточение уровня качества активов и политики резервирования, повышение конкурентной борьбы, затруднение доступности источников финансирования, колебания спроса на банковские услуги со стороны пользователей и др. Вариативность показателей дохода банков

возникает из-за увеличения объемов привлекаемого капитала наряду с сокращением количества самих организаций по причине политики по отзыву лицензий со стороны Центрального Банка РФ [1, с. 28–31].

Для дальнейшего проведения анализа рентабельности необходимо оценить факторы формирования прибыли российских банков, представленные на рисунке 2.

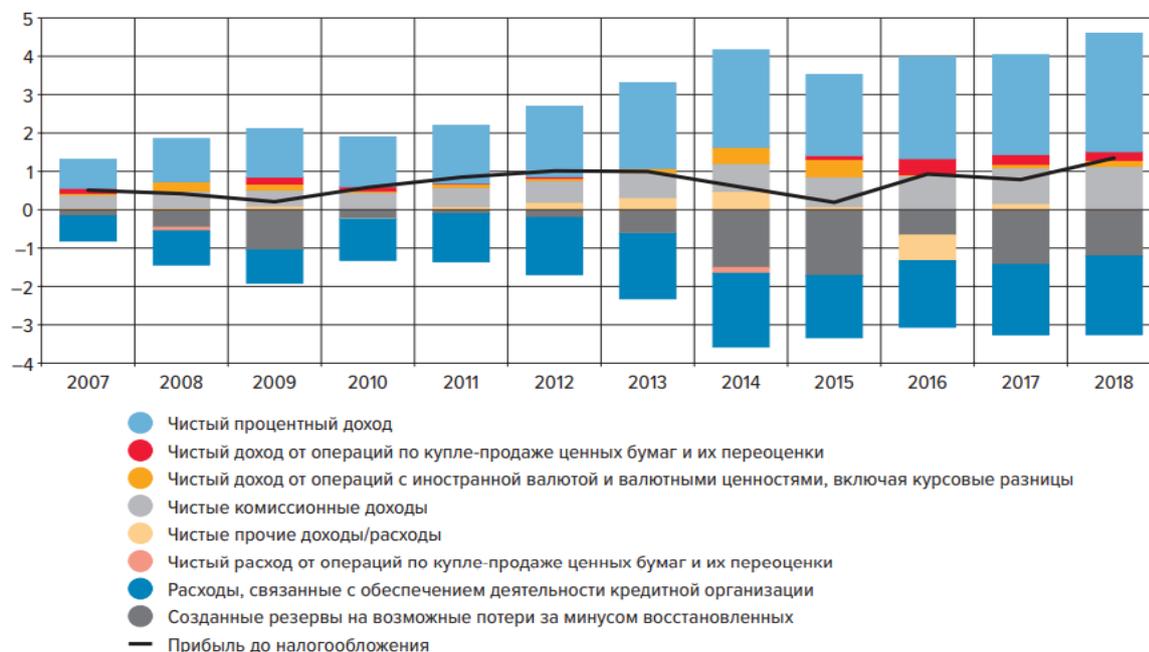


Рисунок 2 – Источники формирования прибыли по банковскому сектору, трлн руб.

Источник: годовой отчет Банка России за 2018 год [5].

На основе приведенной схемы можно сделать выводы о возрастании процентного дохода банков за счет разницы между доходом по размещенным ссудам и расходов по привлеченным средствам. Рост удельного веса комиссионных доходов показывает возрастание их роли в банковском обслуживании. В части расходов, возрос удельный вес затрат на обеспечение деятельности банков, а также на отчисления в образуемые резервы по таким причинам, как снижение качества активов и ужесточение политики резервирования в банковской отрасли.

По результатам осуществленного анализа следует рассмотреть следующие пути повышения рентабельности банков: увеличение прибыли и сокращение издержек. По данным консалтинговой компании McKinsey, рентабельность (ROE) мировой банковской системы сейчас едва ли достигает 9 %. На сегодняшний день приблизить значение данного показателя к докризисному уровню в 15–18 % не представляется осуществимым [1, с. 28–31].

По этой причине банкам рекомендуется следовать нескольким стратегиям, среди которых выделяют метод увеличения комиссионных доходов благодаря созданию линейки «продуктовых пакетов», которые представляют собой комплекс банковских продуктов и сервисов, приобретение которых позволяет клиенту получить особый статус в банке и набор выгодных преимуществ [3, с. 136–143].

Непосредственно для коммерческой организации положительным аспектом является лёгкость тарификации, что дает возможность продавать клиентам услуги целыми наборами, а не по отдельности. В данные пакеты можно также включить услуги небанковских организаций (страховые, инвестиционные и др.). «Продуктовые пакеты» способствуют получению максимальной доходности с единицы клиентской базы путем применения одного из трех подходов продаж:

1) up-selling – реализация наиболее выгодных продуктов с высшим классом обслуживания: премиальный пакет с увеличенным доходом и т. п.;

2) cross-selling – подход перекрестной продажи продукта, базирующийся на степени актуальности ситуации в настоящий момент: выдача кредита клиенту при ухудшении его финансового состояния или открытие депозита в случае пополнения счетов;

3) down-selling – метод продаж в ситуации привлечения почти упущенного клиента к возобновлению пользования продуктами банка.

Помимо возможных путей увеличения прибыли следует также рассмотреть ситуации, приводящие к сокращению издержек. Добиться этого возможно через проведение оптимизации системы обслуживающих отделений, банкоматов и численности работников на основе результатов эффективности их функционирования и удельному весу приносимых доходов в сопоставлении с расходами [2].

Поддержание финансовой доступности банковских услуг на достойном уровне вероятно с помощью активной разработки цифровых платформ и дистанционного банковского обслуживания. Привлечь новых клиентов возможно путем проведения дополнительного финансирования рекламной кампании в различных средствах массовых коммуникаций.

Цифровая трансформация в век информационных технологий безусловно влечет за собой успех в росте финансовых показателей организаций. Для этого банки должны стремиться достичь комплексного подхода в выполнении трёх важных компонентов: одновременно продуктивное взаимодействие электронных и физических каналов обслуживания; оперативное создание и актуализация предложений на основе анализа больших данных по запросам клиентов; активизация положительных эмоций потребителей в любой ситуации работы с банком [3, с. 136–143].

В целях снижения потерь от формирования резервов банкам следует идеализировать корпоративное управление, базу внутренних документов и кредитную политику организации. Повышение рентабельности требует осуществление управления рисками, принимая во внимание уровень деловой активности и результаты стресс-тестов Банка России, которые отображают влияние различных событий на устойчивость капитала организации. Избежание потерь от рисков требует проведения регулярного контроля деятельности и мониторинга отчетности руководством банка [1, с. 28-31].

Выводы. Таким образом, в данной работе был произведен анализ состояния банковского сектора экономики, рентабельностей, чистой прибыли и её составляющих. По данным исследования предложены возможные пути повышения рентабельности банков за счет различных стратегических направлений, результативное соблюдение которых непременно приведет коммерческие организации к достижению целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецова А. И. Повышение рентабельности коммерческих банков в современных экономических условиях / А. И. Кузнецова // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). Экономические науки. – 2018. – № 3 (48). – С. 28–31.

2. Оценка и регулирование деятельности банка. Формирование и оценка финансовых результатов деятельности банка / Лекции (контент) по дисциплине Организация деятельности КБ // Электронный учебно-методический комплекс. – URL: http://eos.ibi.spb.ru/umk/7_2/5/5_R5_T14.htm (дата обращения: 30.09.2021).

3. Петров А. М. Исследование факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности коммерческих банков в России / А. М. Петров, А. П. Цыпин, Л. Р. Фаизова // Экономические науки. – 2021. – № 1 (194). – С. 136–143.

4. Прибыль компании и её виды, 13.04.2020. – URL: <https://investprofit.info/types-of-profit/> (дата обращения: 30.09.2021).

5. Центральный банк Российской Федерации: официальный сайт. – URL: www.cbr.ru (дата обращения: 01.10.2021).

© Н. В. Цхададзе, С. Д. Катасонова

УДК 336.02

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

ATTRACTIVENESS AND REGULATION OF INVESTMENT ACTIVITIES IN RUSSIA

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Парыгина Е. А., обучающийся группы НАУ20-4
Ермолаева Е. Д., обучающийся группы НАУ20-4
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации, г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
E. A. Parygina, student of the group NAU20-4
E. D. Ermolaeva, student of the group NAU20-4
Financial University under the Government of the Russian
Federation, Moscow

Аннотация

В статье мы рассматриваем инвестиции, которые пользуются большой популярностью в настоящее время. Инвестиции играют существенную роль в функционировании экономики. Изменения в количественных соотношениях инвестиций оказывают воздействие на объем общественного производства и занятости, структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства.

Annotation

In our article we look at investments, which are very popular nowadays. Investments play a significant role in the functioning of the economy. Changes in the quantitative ratios of investment affect the volume of social production and employment, structural shifts in the economy, and the development of industries and economic spheres.

Ключевые слова: инвестиционная активность, инвестиции, основной капитал.

Keywords: investment activity, investment, fixed capital.

Введение. Инвестиции имеют широкий спектр воздействия на показатели ведения хозяйственной деятельности, а также на их потенциал. Это касается и наращивания фондов как частных, так и государственных компаний. Однако, чтобы обеспечить подобное влияние, инвестирование должно быть рациональным и эффективным, ведь сложно не согласиться с тем, что вложение большого количества средств в, например, морально устаревшее оборудование, не обеспечит хорошей отдачи. Инвестору необходимо помнить о том, что необдуманные вложения могут не только оказаться бесполезными, но и навредить. Так, нерациональное инвестирование может поспособствовать замораживанию ресурсов, что по цепочке приведет к сокращению объемов производства и дальнейшей реализации продукции.

Тем не менее, огромное значение для экономики имеют инвестиции, эффективное использование которых способствует существенному экономическому росту. В том случае, если то или иное государство нуждается в инвестициях извне, то оно должно быть заинтересовано в создании максимально привлекательных условий вложений капитала и в налаживании инвестиционного климата.

Цель исследования. Рассмотреть вопрос о привлекательности и регулировании инвестиционной деятельности в России и представить на конкретных примерах анализ рынка российских и иностранных инвестиций.

Результаты исследования. Российское правовое регулирование в данном вопросе довольно обширно. В различных правовых актах описано достаточно много форм, инструментов и механизмов инвестиционной деятельности. Среди них, хотелось бы выделить:

- 1) ФЗ от 25 февраля 1999 г. «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»;
- 2) ФЗ от 29 ноября 2001 г. «Об инвестиционных фондах» [1].

С помощью анализа вышеназванных или иных других нормативно-правовых актов, которые регламентируют инвестиционные отношения, можно дать оценку состояния законодательной базы. Более того, затрагивая вопрос о привлекательности и регулировании инвестиционной деятельности именно в России, авторы считают должным отметить тот факт, что страна находится в переходном состоянии, а именно неблагоприятный инвестиционный климат постепенно трансформируется в благоприятный. Завершение этого перехода, которое должно быть осуществлено силами правительства России, ознаменует начало эпохи свободного рынка. Однако, к сожалению, несмотря на достаточное количество показателей, отражающих положительные сдвиги в данной области, налаживание инвестиционного климата всё ещё сталкивается с рядом проблем в некоторых сферах.

На территории большинства регионов действует единый общегосударственный или, применительно к России, «общефедеральный» законодательный фон, который слегка видоизменяется в отдельных регионах под воздействием региональных законодательных норм, регулирующих

инвестиционную деятельность только в пределах своих полномочий. Если говорить о формах государственной поддержки населения, то можно выделить 3 формы (рисунке 1).

Помимо прямого субсидирования инвестиционных проектов средствами из бюджетов, государство вправе прибегать к следующим действиям:

- выпуск целевых долговых бумаг и их аналогов;
- предоставление концессий инвесторам вне зависимости от их происхождения на основе торгов (конкурсов и аукционов).

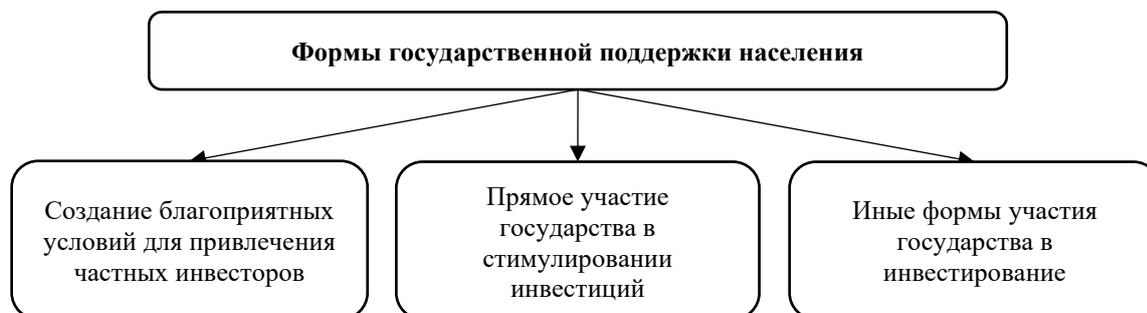


Рисунок 1 – Формы государственной поддержки населения
Источник: составлено авторами по материалам [4].

Несмотря на то, что в последнее время в нашей стране прослеживалось постепенное оживление инвестиционных процессов, однако суммарный объем инвестиций в абсолютном его выражении явно не удовлетворял реальной потребности государственной экономики в средствах.

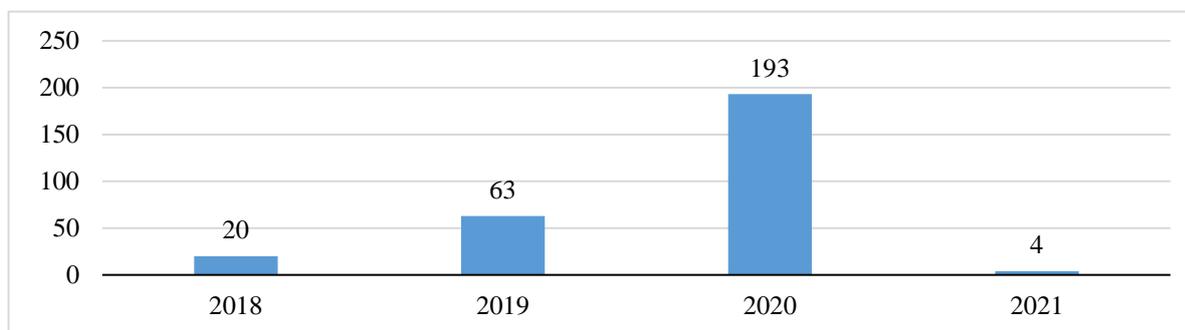


Рисунок 2 – Динамика инвестиций в основной капитал в млрд руб.
Источник: составлено авторами по материалам [2; 3].

На данном этапе становления инвестиционной привлекательности, ещё рано говорить о том, что иностранные инвесторы стали относиться к вложению своих средств в России благосклонно. Однако положительные сдвиги наблюдаются, и это отражается на конкретных цифрах. Так, в 2019 году активы России продемонстрировали прирост в 50 %, что значительно превышает показатели прошлых лет. Номинальный же объем инвестиций в российскую экономику составил порядка 20 млрд долларов. Факторов, повлиявших на такой рост, вполне достаточно, и основным можно назвать стабилизацию политической и экономической ситуации внутри страны. Если сравнивать с 2018 годом, то доля поглощений и слияний с участием российских компаний выросла, объем увеличился более чем на 20 % и достиг приблизительно 63 млрд долларов. Примерно треть всех сделок были совершены в нефтегазовой отрасли.

Американские инвесторы и Азиатско-Тихоокеанского региона проявили свой интерес к Российской Федерации, вложив в 2019 году около 3 млрд долларов и свыше 8 млрд [2]. Однако, рост европейских инвестиций упал с 2,7 млрд долларов до 2,6 млрд, и граждан России в 2020 году стали в большей степени привлекать иностранные акции, в результате чего их вложения к концу года составили 13,3 % (в 2019 году показатель инвестированных средств был 3,5 %). Снижение доли инвестиций в российские акции (с 23,4 % до 18,3 %) и облигаций федерального займа (с 9 % до 3,9 %) привело к преобладающему росту. Рост инвестиций в основной капитал в 2019 году составил 1,7 %, что в номинальном выражении составляет 19,312 трлн руб. В 2018 году данный прирост был ниже – 5,4 %. Возросли и в 2019 году и собственные средства предприятий, инвестируемые в основной капитал, составив 57,1 % (2018 год – 53%). Объемы кредитования упали с 11,2 % до 8,7 %. Уже несколько лет сегменты жилой и коммерческой недвижимости занимают главенствующие позиции в структуре инвестиций. Доля инвестиций в 2019 году в готовые объекты составила 62 % и 38 % в участки под развитие бизнеса. В четвертом квартале объем вложений достиг 1,5 млрд долларов, что в полтора раза больше показателя аналогичного периода 2018 года. Наибольший интерес был зафиксирован в сегменте торговой недвижимости, доля инвестиций в который составила примерно 30%, относительно столько же инвесторы вкладывали в офисные объекты. Объем вложений в жилую недвижимость – 24 %, в гостиничные активы выросли – 6 % (это на 4% больше показателя 2018 года). В целом объем реализованных сделок на российском рынке превысил показатель 2018 года на 41 %, составив 4,1 млрд долларов. В 2020 году объем инвестиций составил 4,5 млрд долларов. В текущем, 2021 году, согласно оценке экономистов, темп роста ВВП в российской экономике может упасть практически до нуля. Касаясь динамики доходов населения: она тоже будет нулевой. В центре внимания будут нефтегазовый сектор, технологии и инновации, а также объем сделок вырастет в строительстве, недвижимости и потребительском сегменте. Умеренный рост будет наблюдаться по отношению к инвестиционной активности. Согласно официальному прогнозу, рост инвестиций в основной капитал ожидается в районе 5 %, по оценкам экспертов – не более 2 % [4].

Выводы. Привлечение как государственных, так и иностранных инвестиций в национальную экономику носит стратегический характер, и может обеспечить Россию многими преимуществами, такими как социально-ориентированное общество, в котором каждому гражданину доступен качественный уровень жизни, что невозможно без хорошо функционирующей смешанной экономической системы, а она должна быть основана на гармоничном взаимодействии различных форм собственности с интернационализированным рынком продукции, трудовыми ресурсами и капиталом. По этой и по многим другим причинам, при включении России в цепочку мирового хозяйства, а также увеличении доли зарубежных активов, российское общество сможет развить культуру гражданской ответственности. Нарастание объёмов капитальных и зарубежных вложений в национальную экономику, чтобы обеспечить государству конкурентоспособность на международном рынке, должно происходить в следующих условиях: снижение налогового бремени для определенных отраслей экономики; требование прибыльности при взаимодействии сырьевых и не сырьевых отраслей экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Российской Федерации «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 № 39-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации.

2. Инвестиции населения на фондовом рынке за год почти удвоились // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/finances/25/02/2021/603646a59a79471f3f239daa> (дата обращения: 07.04.2021).

3. Кудряшова Ю. М. Законодательство о прямых иностранных инвестициях в России и США: сравнительно-правовой анализ // Право и политика. 2020.

4. Олейник Г. В. Повышение эффективности прямого участия государства в инвестиционной деятельности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020.

© Н. В. Цхададзе, Е. А. Парыгина, Е. Д. Ермолаева

УДК 339.187.62

ЛИЗИНГ КАК ПАРТНЕРСКИЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

LEASING AS A PARTNER SOURCE OF FINANCING OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

Ячmeneва В. М., д. э. н., профессор
Юркевич К. Ю., обучающаяся группы М-б-о-182
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V. M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor
K. Yu. Yurkevich, student, gr. M-b-o-182
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе раскрывается сущность лизинга и его формы. Рассмотрен проект лизинга бурильной установки для мультипредприятия. Представлены партнеры лизинговой сделки.

Annotation

The paper reveals the essence of leasing and its forms. The project of leasing a drilling rig for a multi-enterprise is considered. The partners of the leasing transaction are represented.

Ключевые слова: лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, партнерство.

Keywords: leasing, lessor, lessee, partnership.

Введение. В современных условиях техническая оснащенность предприятия отражает не только его фондовооруженность, но и показывает техническую вооруженность труда. Повышение уровня технической вооруженности с одной стороны является повышением эффективности деятельности предприятия, с другой является серьезным резервом повышения производительности труда.

Техника и технологии требуют серьезных финансовых вливаний займов или инвестиций. Крупные предприятия могут себе позволить пользоваться такими источниками финансирования. Сложнее приходится микро- и малым предприятиям, которые не могут себе позволить такие источники финансирования. Приобретение активов – особенно дорогостоящего оборудования – является важным для успешной деятельности многих предприятий малого и среднего бизнеса. Одним из способов приобретения активов является лизинг. Такая форма финансирования может быть привлекательной для большинства малых и микропредприятий. Лизинг становится основой для деятельности предприятия, формирования имиджа и положительной кредитной истории для дальнейшего привлечения инвестиций.

Целью исследования является представление лизинга как партнерского источника финансирования деятельности предприятия.

Результаты исследования. Лизинг представляет собой вид финансовых услуг, форм кредитования при приобретении основных фондов предприятиями, относится к среднесрочным финансовым инструментам. По своей форме лизинг является договором аренды, а по экономическому содержанию – формой кредита. Благодаря лизингу у предприятия появляется возможность развития, не выводя из оборота финансовые средства. Лизинг может являться спасательным мероприятием для малых предприятий. Отличительной особенностью кредитования по лизинговым сделкам является то, что кредитуются, как правило, высоколиквидные объекты [3].

Основными формами лизинга являются финансовый и оперативный. Финансовый лизинг представляет собой лизинг имущества с полной выплатой стоимости имущества. Для такой формы лизинга свойственно то, что срок, на который передается имущество во временное пользование, приближается по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества. В течение срока договора лизингодатель за счёт лизинговых платежей возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от лизинговой сделки. Оперативный лизинг характеризуется тем, что срок лизинга короче, чем нормативный срок службы имущества, и лизинговые платежи не покрывают полной стоимости имущества [6].

Лизинг предусматривает партнерские взаимоотношения. Перечислим субъекты лизинговой сделки, вступающие в партнерские отношения:

– лизингодатель (лизинговая компания) – юридическое лицо, которое за счет привлеченных или собственных средств приобретает в ходе реализации лизинговой сделки в собственность имущество у производителя (продавца) и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях;

– лизингополучатель – юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга принимает или получает предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с лизинговым соглашением;

– производитель (продавец) – это юридическое лицо, выступающее владельцем имущества, выбранного лизингополучателем (а при оперативном лизинге — лизингодателем), и заключающее с лизингодателем договор купли-продажи определенного имущества;

– банк-кредитор лизинговой компании, осуществляющий процессы перечислений кредитных сумм и встречных оплат кредитных процентов и основного долга;

– страховая компания, осуществляющая процессы перечисления страховых взносов и премий при наступлении страховых случаев со сдаваемым в лизинг имуществом лизингодателя [1; 6]. Страховые платежи могут входить в структуру лизинговых платежей или осуществляться напрямую по договоренности со страховой компанией. Страхование предмета лизинга – важная составляющая лизинговой сделки. В настоящий момент страховщики предлагают лизинговым компаниям специализированный страховой продукт, отражающий специфику и интересы участников лизинговой сделки [2].

Ни один из видов деятельности не найдет широкого применения, если он не будет приносить выгод всем участникам договорных отношений. Основными преимуществами лизинга с точки зрения лизингодателя являются:

– стимулирование распространения заинтересованности со стороны субъектов малого и среднего бизнеса;

– содействие уменьшению рисков неплатежеспособности клиентов;

– стимулирование сбыта новой продукции и облегчения реализации имущества, которое было в использовании;

– возможности получения значительных прибылей после реализации объекта по высокой ликвидационной стоимости в результате применения ускоренной амортизации;

– возможности получить налоговые льготы [1].

Лизинговые компании уделяют пристальное внимание оценке финансового состояния заемщика как партнера, но при этом они менее требовательны, чем банки, которые проверяют клиента досконально, чтобы минимизировать свои риски. Лизинговая компания, предоставляя в аренду объект, изначально рискует меньше: она остается фактическим собственником предмета лизинга до полного выкупа имущества, причем дополнительного обеспечения от заемщика по договору уже не требуется [4].

Рассмотрим деятельность общества с ограниченной ответственностью «Континент-Крым», специализирующегося на монтаже газопроводов, водопроводов, строительстве котельных, монтаже систем отопления и установке индивидуальных тепловых пунктов. Расширение области деятельности предприятия предполагается за счет приобретения дополнительной техники – установки для горизонтально-направленного бурения. Установка предназначена для реализации проектов по прокладке инженерных коммуникаций бестраншейным подземным методом. Приобретение установки для горизонтально-направленного бурения приведет к расширению предлагаемых услуг в сфере газификации и водоснабжения населения, а также к увеличению собственных возможностей в реализации проектов [5].

Анализируя деятельность ООО «Континент-Крым», рассмотрим принципы его функционирования:

– экономичность – в основе достижения результатов предпринимательской деятельности лежат минимальные затраты, а также баланс затрат и цены;

– экологичность, сущность которой заключается в том, что проектирование, строительство и эксплуатация таких инженерных сооружений, как трубопроводы,

невозможны без учета вопросов охраны окружающей среды. Чрезвычайно важным при строительстве трубопроводов является соблюдение природоохранных требований на всех этапах последовательности выполнения работ;

- социальность таких предприятий предполагает предоставление рабочих мест лицам «рабочих специальностей» и специалистам, комфортные условия труда и непрерывное обучение персонала;

- технологичность, которая проявляется в возможности функционирования с минимальными временными и материальными затратами применительно к конкретным возможностям предприятия. Данный принцип позволяет поддерживать и экономичность, и экологичность, и социальность. Дает возможность снизить затраты и пагубное влияние на окружающую среду, а также создать комфортные условия труда;

- техническая оснащенность обеспечивает готовность предприятия к выполнению поставленных задач, что, как правило, может быть реализовано на технологическом оборудовании, обеспечивающем минимальные трудовые и материальные затраты. Приобретение установки для горизонтально-направленного бурения будет способствовать реализации данного принципа.

Так как рассматриваемый объект хозяйственной деятельности является многопрофильным предприятием, необходимо учитывать различные отраслевые особенности, свойственные для каждого вида деятельности:

- монтаж газопроводов подразумевает проектирование и строительство надземных и подземных трубопроводов. Сборку газовых труб относят к работам повышенной опасности. Чтобы не допустить аварийной ситуации ни на этапе выполнения работ, ни во время эксплуатации, требуется выполнение всех нормативных требований от создания проекта до проверки качества соединения элементов системы;

- монтаж водопроводов подразумевает проектирование и строительство надземных и подземных трубопроводов. При подготовке проекта следует учитывать уровень замерзания и глубины грунтовых вод. В любом элементе сети водоснабжения требует особого внимания процесс установки труб;

- строительство котельных. Среди всех видов оборудования для газовой котельной (на твердом, жидком топливе и газе) наибольшее распространение получили газовые системы. В котельной требуется оборудовать дымоход из трубы для отвода отработанных газов. Обязательным условием при установке газового котла является монтаж приточно-вытяжной вентиляции;

- монтаж систем отопления и установка индивидуальных тепловых пунктов – это комплекс, состоящий из элементов тепловых установок, обеспечивающий распределение теплоносителя между потребителями с возможностью регулировки его параметров.

В деятельности таких предприятий частой практикой является использование лизинга. Поэтому лизинг бурильной установки будет являться одним из возможных решений расширения деятельности предприятия.

Лизинг как источник финансирования предоставляет лизингополучателю следующие преимущества:

- снижается потребность предприятия в начальном собственном капитале;
- диверсификация источников финансирования;

- постепенность и периодичность уплаты стоимости объекта лизинга;
- незначительная потребность в наличных средствах;
- механизм лизинга не ограничивает возможности получения дополнительных ссуд;
- достигается эффект финансового левириджа, то есть ежегодные финансовые выгоды от объекта лизинга, как правило, превышают процентные выплаты.

Ключевым преимуществом лизинга для производителя есть реализация его продукции и возможность наращивания объемов с развитием лизингового рынка [1].

Выводы. Во всем мире лизинг стал наиболее распространенным способом финансирования предприятий, направленный на приобретение промышленного оборудования. Лизинг становится предпочтительным решением для удовлетворения потребностей в основных фондах по сравнению с кредитами и займами. Однако, приобретение установки для горизонтально-направленного бурения в лизинг не является единственным вариантом реализации рассматриваемого проекта. В последующих наших исследованиях мы проанализируем возможность аренды бурильной установки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Звягина Л. В. Оценка преимуществ для участников лизинговой сделки / Л. В. Звягина // Аллея науки. – 2018. – Т. 3. – № 9(25). – С. 297–300. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36506460> (дата обращения: 05.10.2021).
2. Никитина Е. В. Особенности страхования в лизинге / Е. В. Никитина, А. А. Картузов // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 4-5 (72). – С. 151–154. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46280869> (дата обращения: 05.10.2021).
3. Одуд А. А. Лизинг как источник обновления основных средств / А. А. Одуд, А. В. Захарян, А. А. Храмченко // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – 2016. – № 117-1. – С. 119–123. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27425662> (дата обращения: 05.10.2021).
4. Павловская Э. Ф. Лизинг как форма инвестиционного финансирования / Э. Ф. Павловская // Достижения фундаментальной, клинической медицины и фармации : Материалы 71-ой научной сессии сотрудников университета, Витебск, 27–28 января 2016 года / Витебский государственный медицинский университет. – Витебск: Витебский государственный медицинский университет, 2016. – С. 399-400. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25682724> (дата обращения: 05.10.2021).
5. Салова Н. Н. Выбор наиболее оптимального варианта приобретения установки для горизонтально-направленного бурения / Н. Н. Салова, Е. В. Мишкина, А. А. Барашкова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5-3 (63). – С. 187–191. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42969668> (дата обращения: 05.10.2021).
6. Федорова Г. В. Устройство управления процессом лизинга в промышленности / Г. В. Федорова // Бенефициар. – 2018. – № 25. – С. 32-35. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35168165> (дата обращения: 05.10.2021).

© В. М. Ячменева, К. Ю. Юркевич

УДК 630*9

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**ECONOMIC RESULTS OF THE ACTIVITIES
OF THE FORESTRY ENTERPRISES**

Безпалько А. Р., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

A. R. Bezpalko, Candidate of Economic Sciences
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассматриваются особенности формирования экономических результатов при заготовке древесины, проводится анализ структуры себестоимости круглых лесоматериалов и причинно-следственные связи зависимости размера выручки компании.

Annotation

The article discusses the features of the formation of economic results in the harvesting of wood, analyzes the structure of the cost of round timber and the causal relationship of the dependence of the size of the company's revenue.

Ключевые слова: заготовка древесины, лесохозяйственная деятельность, себестоимость круглых лесоматериалов, экономические результаты, выручка, арендная плата за пользование лесным фондом, влияние породного состава лесонасаждений на экономическую эффективность.

Keywords: timber harvesting, forestry activities, the cost of round timber, economic results, revenue, rent for the use of the forest fund, the impact of the species composition of plantations on economic efficiency.

Введение. В условиях современного рынка экономические результаты деятельности любой компании, в том числе и лесозаготовительной измеряются размером полученной прибыли. Арендаторы участков лесного фонда при заготовке древесины сталкиваются с рядом внешних и внутренних проблем, которые обусловлены спецификой лесозаготовительной отрасли. В связи с чем, лесозаготовительные компании должны выработать для себя конкурентоспособную стратегию для получения положительных экономических результатов.

Цель исследования. Показать особенности формирования экономических результатов лесозаготовительных предприятий.

Результаты исследования. Для формулирования выводов по формированию экономических результатов лесозаготовительных компаний рассмотрим доходную и затратную часть на примере средних по объему заготовки арендаторов лесных участков. В качестве объекта исследования были выбраны репрезентативные лесозаготовительные предприятия с объемом заготовки 80–120 тыс. кубометров в год. Была соблюдена сопоставимость с точки зрения объемов реализации, породного состава насаждений, используемой техники и технологий заготовки древесины, плотности дорожной сети и других показателей.

Структура себестоимости обезличенного кубометра круглых лесоматериалов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Структура себестоимости круглых лесоматериалов

№ п/п	Показатель	Среднегодовое значение, руб. / куб. м.	Удельный вес, %
1	Плата за использование лесов (арендная плата)	180	9,8
2	Затраты на лесосечных работах, руб./кбм в т. ч.	651	35,6
	Заработная плата	139	7,6
	Отчисления в страховые фонды	46	2,5
	Содержание и эксплуатация механизмов	293	16
	прочие расходы (подготовительные работы)	174	9,5
3	Затраты на вывозку древесины, руб./кбм в т. ч.	412	22,5
	Заработная плата	119	6,5
	Отчисления в страховые фонды	40	2,2
	Содержание и эксплуатация механизмов	220	12
	расходы на содержание лесовозных дорог	33	1,8
4	Затраты на перевалочные работы, (разгрузка, подвозка, погрузка и пр.), руб./кбм в т. ч.:	134	7,3
	Заработная плата	66	3,6
	Отчисления в страховые фонды	22	1,2
	Содержание и эксплуатация механизмов	44	2,4
5	Затраты на работы и мероприятия лесного хозяйства, всего, руб./кбм, в т. ч.:	113	6,2
	воспроизводство лесов и лесоразведение	31	1,7
	охрана и защита лесов	26	1,4
	расходы по отводу делянок	55	3
6	Накладные расходы, руб./кбм	146	8
7	Коммерческие расходы, руб./кбм	194	10,6
8	Полная себестоимость 1 кбм круглых лесоматериалов	1830	100

Источник: составлено автором на основании данных лесозаготовительных организаций и собственных расчетов.

Наибольшая доля затрат приходится на лесосечные работы – 35,6 %, 22,5 % приходится на вывозку древесины и содержание лесовозных дорог, и наименьшая доля – 7,3 % приходится на нижнескладские работы, что вполне оправдано при применении сортиментной технологии на лесозаготовках.

Арендная плата за пользование лесным фондом составляет в общей структуре себестоимости 10 %, и напрямую зависит от породного состава лесных насаждений, расстояния вывозки и месторасположения. Её размер складывается из минимальной величины арендной платы, рассчитанной по утвержденным ставкам платы за единицу лесного ресурса и из превышения над минимальной арендной платой надбавки, установленной на аукционе, по результатам торгов с ежегодным увеличением на поправочный коэффициент [2].

Затраты на работы и мероприятия лесного хозяйства колеблются и в среднем занимают в себестоимости лесозаготовок 6,2 % от всех затрат в общей себестоимости заготовки одного обезличенного кубического метра. При выполнении данных работ собственными силами предприятие имеет возможность сократить затраты в среднем на 2–3 % [3]. С экономической точки зрения, текущие затраты на мероприятия лесного хозяйства выглядят безвозвратными потерями, но цифры статистики говорят, что чем больше выделяется затрат на предупредительные мероприятия, тем меньше экономический ущерб в будущем [1].

Объем реализованной продукции напрямую зависит от объемов заготовки и вывозки круглых лесоматериалов с делянки. Для вывозки круглых лесоматериалов требуется устойчивая минусовая температура, для промерзания почвы и создания «зимней дороги». Зависимость объема вывозки от погодных условий представлена на рисунке 1 по одному из выбранных для анализа предприятий.

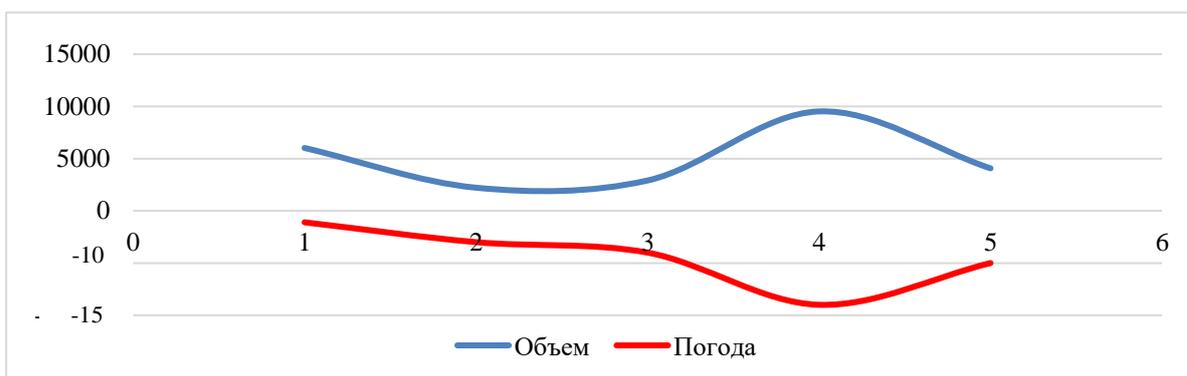


Рисунок 1 – Объем вывозки древесины в зависимости от погодных условий, тыс. м³ за 2015–2019 гг.

Источник: составлено автором на основании данных лесозаготовительных организаций и собственных расчетов.

Рисунок наглядно демонстрирует прямую закономерность изменения объемов транспортируемой древесины под воздействием природно-климатических факторов.

Рассмотрим динамику доходов и расходов на заготовку древесины за ряд лет (таблица 2).

Как видно из таблицы 2 рентабельность частного лесного бизнеса при заготовке древесины в Ленинградской области составляет 3–4 %.

В целом по стране прослеживается рост объемов заготовки древесины. В 2020 году объем заготовки составил почти 216,8 млн м³, что соответствует 30 % от уровня использования расчетной лесосеки.

Таблица 2 – Доходы и расходы на заготовку древесины на примере организации использования лесов Ленинградской области, руб./м³

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Доходы	940	1011	1104	1219	1330	1470	1617	1745	1803	1865	1922
Расходы	913	981	1067	1172	1274	1400	1540	1678	1741	1784	1830
Прибыль	27	30	37	47	56	70	77	67	62	81	92

Источник: экспертная оценка по Ленинградской области [4] и собственные расчеты автора.

Выводы. Экономический результат деятельности лесозаготовительных предприятий в первую очередь зависит от качества исходного сырья, при практически равных затратах на заготовку круглых лесоматериалов наибольший экономический эффект получают предприятия в лесосырьевой базе которых доминируют хвойные лесоматериалы. Также на экономический результат оказываю существенное влияние погодные условия. Прослеживается устойчивая тенденция роста затрат на заготовку в среднем на 5–7 % в год. Тенденция изменения цен на круглые лесоматериалы в текущем 2021 году показала стремительный рост, при практически неизменных ценах на протяжении последних 5 лет. Дальнейшее исследование экономического результата деятельности лесозаготовительных предприятий необходимо продолжить с учетом данной тенденции по результатам работы предприятий в текущем году.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Безпалько А. Р. Эффективность организации лесопользования / Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: сборник трудов XX Всероссийской научно-практической конференции, г. Симферополь. – Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2019. – С. 283–286.

2. Петров В. Н. Эффективность организации лесопользования / В. Н. Петров, А. Р. Безпалько // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: сборник трудов XXI Всероссийской научно-практической конференции, г. Симферополь, 14–15 ноября 2019 г. – Симферополь: ИТ "АРИАЛ", 2019. – 464 с. (при финансовой поддержке РФФИ, проект 19-010-20030).

3. Чэнь Лицзинь. Затраты на основные работы и мероприятия лесного хозяйства / Чэнь Лицзинь, А. Р. Безпалько // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления, г. Симферополь, 02–07 октября 2018 г. / под общ. ред. В. М. Ячменевой. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 311–315.

4. Филинова И. В. Анализ финансовых потоков в лесном хозяйстве России / И. В. Филинова, Чжан Лэ // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА-2019): сборник трудов II всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, г. Симферополь – г. Судак, 02-04 октября 2019 г. / науч. ред. В. М. Ячменева. – Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2019. – 428 с. (при финансовой поддержке РФФИ, проект 19-010-20029).

© А. Р. Безпалько

**АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
В ЛЕСНОМ ХОЗЯЙСТВЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ
ПО ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ**

**ANALYSIS OF PERFORMANCE INDICATORS IN FORESTRY
AND PROPOSALS FOR THEIR IMPROVEMENT**

Богословский А. С.,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

A. S. Bogoslovskiy,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассмотрены утвержденные показатели эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ в лесном хозяйстве, проведен анализ совпадений и расхождений систем показателей оценки эффективности, даны предложения по их совершенствованию, выработана система дополнительных индикаторов для оценки финансово-экономических результатов деятельности.

Annotation

The article considers the approved performance indicators of the executive authorities of the subjects of the Russian Federation in forestry, analyzes the coincidences and discrepancies of performance evaluation systems, offers suggestions for their improvement, and develops a system of additional indicators for evaluating financial and economic performance.

Ключевые слова: эффективность в лесном хозяйстве, показатели госпрограммы, нацпроект «Экология», оценка переданных полномочий, показатели эффективности, развитие лесного хозяйства.

Keywords: efficiency in forestry, indicators of the state program, national project "Ecology", assessment of delegated powers, performance indicators, forestry development.

Введение. Особенности лесного хозяйства в России являются сметно-бюджетная система финансирования, отсутствие продукции в лесном хозяйстве и системы оценки стоимости лесов, что не позволяет сопоставлять затраты и результаты в денежном выражении. В связи с этим, в условиях применения программно-целевого метода в государственном управлении крайне важной становится обоснованная система показателей эффективности деятельности в лесном хозяйстве. Показатели оценки переданных полномочий субъектам РФ в области лесных отношений необходимы для мониторинга эффективности лесной политики [4].

Цель исследования. Провести анализ утвержденных показателей эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ в лесном хозяйстве, их специфики, совпадений и расхождений систем показателей оценки эффективности, разработать предложения по их совершенствованию, выработать дополнительные индикаторы для оценки финансово-экономических результатов деятельности.

Результаты исследования. В результате анализа действующих правовых актов в России установлено, что в настоящее время действуют пять систем показателей оценки эффективности деятельности в лесном хозяйстве (рисунок 1).



Рисунок 1 – Системы показателей эффективности в лесном хозяйстве РФ
Источник: составлено автором.

Необходимость установления критериев оценки эффективности деятельности органов государственной власти субъектов РФ по осуществлению переданных полномочий в области лесных отношений определена в п. 2 ст. 83 Лесного кодекса РФ [2]. К переданным регионам полномочиям относится, в частности, предоставление лесных участков в пользование, охрана лесов (в том числе тушение лесных пожаров), защита и воспроизводство лесов на землях лесного фонда.

Всего утверждено 36 критериев [5]. Они применяются для расчета ежегодного рейтинга эффективности. Результаты размещаются на сайте Рослесхоза: <http://rosleshoz.gov.ru/rates/efficiency>.

Начиная с 2019 г. предусмотрены стимулирующие выплаты не более 10 % нераспределенного резерва субвенций из федерального бюджета для субъектов РФ, получивших в итоговом рейтинге места с 1-го по 10-е (постановление Правительства РФ от 23.11.2019 № 1502, [6]).

Целевые показатели (индикаторы) государственной программы Российской Федерации «Развитие лесного хозяйства», утв. постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 318 (далее – госпрограмма) сформированы с учетом

обеспечения возможности проверки и подтверждения достижения целей и решения задач госпрограммы и включает взаимодополняющие друг друга показатели [1]. Показатели рассчитаны по данным статистического наблюдения и отраслевой отчетности по годам реализации госпрограммы с учетом их изменения за счет совершенствования системы управления в сфере использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов.

Для субъектов РФ применяется 13 показателей. Контроль за их выполнением осуществляется ежеквартально по форме 1-ГП (мониторинг).

Целевые прогнозные показатели (ЦПП) по осуществлению отдельных полномочий РФ в области лесных отношений и форма отчета об их достижении установлены приказом Рослесхоза от 16.04.2012 № 141 в соответствии с постановлением Правительства РФ от 29.12.2006 № 837 [7; 9].

Всего установлено 11 показателей, контроль за их выполнением производится ежегодно на основании отчета 1-полномочия.

Паспорт и показатели национального проекта «Экология» разработаны Минприроды России во исполнение Указа Президента РФ от 07.05.2018 № 204 и включает в себя 11 федеральных проектов, в том числе «Сохранение лесов» [3]. Проект призван обеспечить решение задачи сохранения лесов, в том числе на основе их воспроизводства на участках вырубленных и погибших лесных насаждений к 2024 году. Для этих целей установлено 5 показателей.

Ключевые показатели развития лесного комплекса предусмотрены Стратегией развития лесного комплекса РФ до 2030 года (далее – Стратегия), утв. распоряжением Правительства РФ от 11.02.2021 № 312-р [10].

Всего установлено 11 ключевых показателей, для целей исследования учтены только первые 8 показателей, относящихся к лесному хозяйству.

В утратившей силу Стратегии, утв. распоряжением Правительства РФ от 20.09.2018 № 1989-р, было установлено всего 3 показателя.

Анализ показателей эффективности

При сопоставлении пяти групп (систем) показателей эффективности, было установлено как их частичное совпадение, так и существенное различие между собой. Для наглядности они приведены в виде диаграммы (рисунок 2).

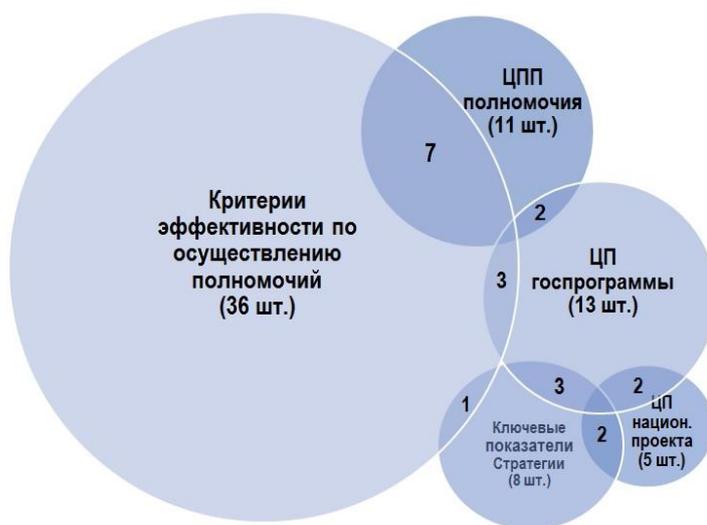


Рисунок 2 – Совпадения и расхождения систем показателей эффективности деятельности в лесном хозяйстве РФ

Источник: составлено автором.

На рисунке 2 видно, что общих показателей – крайне незначительное количество. Необходимо отметить, что не имеется ни одного показателя, который включен во все пять групп.

В четыре группы включен только один показатель: лесистость территории субъекта РФ. При этом он отсутствует в критериях эффективности по осуществлению переданных полномочий.

В трех группах присутствуют только 3 показателя:

– объем платежей в бюджеты бюджетной системы РФ в расчете на 1 га земель лесного фонда (кроме того, абсолютный показатель объема платежей установлен в Стратегии);

– отношение площади лесовосстановления и лесоразведения к площади вырубленных и погибших насаждений (это основной показатель нацпроекта);

– доля лесных пожаров, ликвидированных в течение первых суток с момента обнаружения в общем количестве ликвидированных лесных пожаров.

К двум группам относятся всего 11 показателей и к одной группе – максимальное число показателей – 39.

Всего неповторяющихся показателей – 54 шт. (1+3+11+39). Таким образом, только к одной системе относится подавляющее большинство – 72 % всех показателей (39/54 x 100 %). Больше всего таких «единичных» показателей в числе критериев оценки эффективности осуществления полномочий – 26 шт. (72 % от общего числа) и в госпрограмме – 7 шт. (54 %).

Совершенствование системы показателей эффективности

На основании изложенного предлагаются следующие пути совершенствования системы показателей эффективности в лесном хозяйстве России, применительно к деятельности субъектов РФ:

1. Предусмотреть единый перечень показателей в системах оценки применительно к субъектам РФ. Необходимо отметить, что субъекты РФ при реализации госпрограммы, нацпроекта, Стратегии действуют на землях лесного фонда в рамках переданных полномочий в области лесных отношений, поэтому показатели могут быть универсальными.

Следует признать возможным установление большего числа показателей из единого перечня для более точного определения рейтинга при оценке эффективности осуществления переданных полномочий, однако в него должны входить все показатели госпрограммы, нацпроекта, стратегии развития и ЦПП (сейчас только 30 %: 11 из 37 возможных – см. рисунок 2). В противном случае невыполнение по ряду показателей госпрограммы или нацпроекта никак не влияет по рейтинг субъекта РФ.

2. В связи со значительным числом показателей целесообразно сократить их перечень, в первую очередь, по схожим показателям, имеющим одинаковые тенденции изменения. Например, в критериях оценки эффективности рассчитывается процент площади, переданной в аренду, а в госпрограмме – в пользование (то есть с учетом безвозмездной передачи).

3. Установить для показателей нормативное значение (как в госпрограмме), что позволит получить дополнительный инструмент для контроля и оценки субъектов РФ, а также их самоконтроля, сравнения между собой. Например, нормирование показателя доли недоимок к сумме платежей позволит отслеживать результаты работы по снижению задолженности.

4. Внести дополнения в Методику, утвержденную приказом МПР России от 09.12.2014 № 545 со ссылками на источники для расчета критериев оценки эффективности исполнения переданных полномочий [8]. В настоящее время они не определены, что может вызывать разночтения при расчете показателей.

Финансово-экономические показатели эффективности

В условиях отсутствия продукции и доходной части от выполнения работ (оказания услуг) в лесном хозяйстве РФ крайне важно использование системы показателей, характеризующих финансово-экономические результаты.

К показателям, отражающим изменения в ценности лесов в результате эффективного ведения лесного хозяйства, можно отнести следующие:

- доля площади ценных лесных насаждений;
- общий средний прирост на 1 га покрытых лесом земель;
- объем рубок с 1 га покрытых лесом земель;
- лесистость территории субъекта РФ.

В настоящее время первые три показателя включены только в состав ЦПП, по первым двум имеются методологические сложности в расчете и при получении исходных данных с учетом устаревших материалов лесоустройства. Необходимо решение этих проблем и активное использование данных показателей. В частности, показатель объема рубок на 1 га отражает интенсивность лесопользования, что является важным направлением развития лесного комплекса (п. 9 раздела III Стратегии).

Применяемое соотношение фактического объема заготовки древесины и установленного допустимого объема изъятия древесины (расчетной лесосеки) не отражает возможные резервы для заключения новых договоров и увеличения поступлений. Предлагается производить расчет отношения допустимого объема заготовки по условиям договоров к расчетной лесосеке. Для объективного учета резервов необходимо дополнительное определение экономически доступной расчетной лесосеки.

Доходность лесного хозяйства оценивается по показателю объема платежей в бюджеты бюджетной системы РФ от использования лесов (в Стратегии) и удельному показателю этих доходов на 1 га земель лесного фонда (в остальных системах оценки, кроме нацпроекта). Полномочия главных администраторов доходов бюджетов субъектов РФ переданы регионам, в законодательстве не предусмотрено обязательство регионов производить финансирование лесного хозяйства за счет полученных средств, поэтому целесообразно учитывать суммы поступлений, контролируемые на федеральном уровне, то есть в федеральный бюджет.

Связь доходов и расходов на ведение лесного хозяйства характеризует отношение объема платежей в бюджет и суммы финансирования. При оценке эффективности переданных полномочий рассчитываются показатели по федеральному бюджету и в целом по бюджетной системе РФ. Предлагается вместо расчета по бюджетной системе определять соотношение по поступлениям и расходам бюджетов субъектов РФ.

Ставки платы за использование лесов ежегодно индексируются Правительством РФ, коэффициенты различаются (для заготовки древесины и другим видам использования лесов – для недропользования, рекреации, строительства линейных объектов и т. д.). Для оценки реального роста доходов

целесообразно рассчитывать индекс изменения причитающихся платежей по условиям договоров аренды без учета индексации.

Для более полной оценки величины и динамики недоимки по платежам за использование лесов, предлагается ввести показатель доли недоимки в федеральный бюджет, возникшей в текущем году, по отношению к начислениям за отчетный период. Отношение общей недоимки в федеральный бюджет целесообразно рассчитывать по отношению к фактическим поступлениям, а не к причитающимся платежам, как предусмотрено при оценке эффективности переданных полномочий, поскольку фактические поступления являются более объективным показателем.

Сумма недоимки зависит не только от величины поступлений, но и от количества договоров, так как при увеличении объема учетной работы возрастают риски неплатежей. В связи с этим, целесообразно определять размер недоимки по арендной плате в расчете на 1 договор аренды.

Выводы. В результате исследования выявлено избыточное количество систем (групп) показателей оценки эффективности деятельности субъектов РФ в лесном хозяйстве России и самих показателей – 54 шт. (более 70 % из числа которых относится только к одной системе), а также целесообразность установления единого перечня показателей, внесения новых показателей при снижении их общего количества.

Предлагаемые изменения в системе показателей позволят улучшить инструментарий по оценке эффективности работы в лесном хозяйстве, с другой стороны, упростить работу на федеральном и региональном уровне.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГП «Развитие лесного хозяйства, утв. постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 318 (ред. от 31.03.2021). – URL: <https://base.garant.ru/70644228> (дата обращения: 01.10.2021).

2. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 № 200-ФЗ (ред. от 02.07.2021). – URL: <https://base.garant.ru/12150845> (дата обращения: 01.10.2021).

3. Паспорт национального проекта «Экология» (утв. Минприроды России). – URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/directions/natsionalnyy_proekt_ekologiya (дата обращения: 01.10.2021).

4. Петров В. Н. Лесная политика и лесное право: учебное пособие. – СПб. : СПбГЛТУ, 2015. – 216 с.

5-3. Постановление Правительства РФ от 06.03.2012 № 194 (ред. от 23.01.2014). – URL: <https://base.garant.ru/70148316> (дата обращения: 01.10.2021).

6. Постановление Правительства РФ от 23.11.2019 № 1502. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201911260006> (дата обращения: 01.10.2021).

7. Постановление Правительства РФ от 29.12.2006 № 837. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12051342/#12051342> (дата обращения: 01.10.2021).

8. Приказ Минприроды России от 09.12.2014 № 545. – URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-minprirody-rossii-ot-09122014-n-545> (дата обращения: 01.10.2021).

9. Приказ Рослесхоза от 16.04.2012 № 141. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902344503> (дата обращения: 01.10.2021).

10. Стратегия развития лесного комплекса РФ до 2030 года, утв. распоряжением Правительства РФ от 11.02.2021 № 312-р. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400235155> (дата обращения: 01.10.2021).

© А. С. Богословский

УДК 338.97

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

EFFICIENCY OF ACTIVITY AND DEVELOPMENT STRATEGY OF AGRARIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE ECONOMY OF RUSSIA

Бунчиков О. Н., д. э. н., профессор
ФГБОУ ВО «Донской государственный
аграрный университет, п. Персиановский,
Ростовская область
Джуха В. М., д. э. н., профессор
Козьявкина А. С., обучающаяся,
факультет Менеджмента и предпринимательства
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону

O. N. Bunchikov,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Don State Agrarian University
V. M. Dzhuha,
Doctor of Economic Sciences, Professor
A. S. Kozyavkina, 3rd year master's degree,
Faculty Management and entrepreneurship,
Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы, касающиеся роли аграрного бизнеса в обеспечении продовольственной безопасности страны, в частности, отрасли животноводства и растениеводства, а также основные тенденции развития этого сектора экономики.

Annotation

The article discusses issues related to the role of agricultural business in ensuring the food security of the country, in particular, the livestock and plant growing industries, as well as the main trends in the development of this sector of the economy.

Ключевые слова: животноводство, продовольственный сектор, аграрный бизнес, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, поголовье животных, ЛПХ, сельскохозяйственные предприятия, К(Ф)Х, аграрное предпринимательство, удельный вес, прибыль, растениеводство.

Keywords: Livestock, food sector, agricultural business, agriculture, agro-industrial complex, livestock, private household plots, agricultural enterprises, K(F)X, agricultural entrepreneurship, share, profit, crop production.

Введение. В условиях рынка императивное закрепление отдельных форм хозяйственной деятельности не целесообразно. Рынок отбраковывает неэффективные структуры, после чего его институциональную среду должны формировать только наиболее жизнеспособные хозяйственные формы. На наш взгляд, концентрация капитала в АПК и характерная для нее реорганизация актуальных форм аграрного производства формирует сегодня мощнейший механизм рыночной селекции, которая, тем не менее, должна быть отрегулирована. Заметим, что в зарубежной практике, например, Европы аграрное производство является рентабельным только в силу существования государственных субсидий. То есть, институциональная структура аграрного рынка не является рыночной в полном смысле этого слова и серьезно поддерживается государством. После вступления России в ВТО этот аспект становится крайне актуальным и для нее в настоящее время.

Цель исследования. Провести анализ эффективности функционирования аграрного предпринимательства в условиях импортозамещения и определить основные направления его дальнейшего развития.

Результаты исследования. Теоретическая констатация и институциональное оправдание существования аграрного предпринимательства в АПК на фоне активного роста крупного агробизнеса и повышения его эффективности более не является достаточной. Государство должно доказать, что потребность в малом предпринимательстве объективна, оправдана экономически и социально. В этом контексте должны быть выработаны реальные механизмы развития малых форм хозяйствования в АПК, которые позволяют фактографически усилить логику обоснования перспектив и приоритетов развития аграрного предпринимательства на селе.

В противном случае мы будем оперировать лишь чисто теоретическими формулировками, которые не имеют реального эмпирического подкрепления. Приведем в качестве примера несколько из них.

Критический анализ – разбор приведенной цитаты позволяет сделать ряд выводов.

1. Рыночное реформирование АПК сопровождается его структурным изменением, в результате которого жизнеспособность малого агробизнеса оказывается под вопросом. Его эффективность снижается, равно, как и снижается удельный вес в валовом объеме продукции. С точки зрения реальной рыночной агропрактики, малые предприятия в сельском хозяйстве выступают в качестве социально важного компонента институциональной среды рынка. Однако в новых условиях, этот компонент должен твердо отстаивать свое право на существование и не последнюю роль в решении этой задачи сыграет государство.

2. Перспективы развития аграрного предпринимательства отчетливо видны только в контексте направленного государственного регулирования отрасли, что хорошо корреспондирует с зарубежными практиками институционального регулирования аграрного рынка. Попытка реализации направленных институциональных изменений в сельском хозяйстве постсоциалистических

стран привела к различным результатам. При повсеместном сокращении занятости в сельском хозяйстве его рыночное реформирование характеризовалось концентрацией 90 % сельхозугодий у крупных хозяйств в Азербайджане до выравнивания этих пропорций в Украине после проведения аграрных реформ президентом Кучмой. В Таджикистане итогом реформ стало расширение доли ЛПХ и К(Ф)Х в производстве валовой продукции сельского хозяйства при сокращении доли сельскохозяйственных организаций с 65 % до 5 %. Все это резко контрастирует на фоне сельского хозяйства России, где наблюдается рост сельскохозяйственных организаций и К(Ф)Х при непрерывном сокращении доли ЛПХ.

При этом реформирование сельского хозяйства на постсоветском пространстве не было стихийным, что отражает общий подход государства, которое апостериори пытается сформировать различные механизмы воздействия на аграрную структуру. В этом состоит один из ключевых посылов настоящего исследования, который составляет нашу принципиальную научную позицию: регулирование и развитие сельского хозяйства и его институциональной структуры должно быть направленным. Потенциал этого государственного регулирования может быть различным. В России в рамках импортозамещения активная государственная поддержка агрохолдингов ослабила малые формы хозяйствования, вызывая фактически направленную институциональную деформацию сельскохозяйственной отрасли. В Азербайджане результатом реформ стало удаление сельского хозяйства от бимодальной модели экономики, что так и не привело к формированию полноценного рынка.

Развитие современных форм хозяйствования в АПК позволяет нам актуализировать ряд вопросов, которые отражают вектор и сложности трансформации аграрного предпринимательства:

- в какой степени и за счет чего может быть повышена конкурентоспособность малого аграрного бизнеса, что позволит ему сосуществовать с более крупными формами товарного производства в АПК;

- насколько оправдано сохранение и активное развитие малого аграрного бизнеса в условиях усиливающейся концентрации капитала в АПК, формирования вертикально-интегрированных систем замкнутого цикла и т. д.;

- каковы роль и значение государственного регулирования рынка сельскохозяйственной продукции и поддержки АПК для развития и укрепления предпринимательства на селе.

Приведенные выше вопросы позволяют нам сформировать критическую призму научно-практического анализа современного аграрного предпринимательства, дальнейшее развитие которого требует повышения эффективности работы малых сельскохозяйственных предприятий на селе (ЛПХ, К(Ф)Х).

С другой стороны, малый бизнес в АПК несет ряд существенных эффектов, которые позволяют сбалансировать развитие рынка, институциональный крен которого в сторону укрупнения аграрного производства ведет к чрезмерной концентрации капитала, монополизации рынка со стороны предложения.

То есть, малый бизнес имеет более локальное развитие, что позволяет ему выполнять функцию обеспечения населения продовольствием. Он менее инертен по сравнению с другими хозяйственными структурами, что означает наличие

более значительного потенциала для оптимизации направлений рыночного роста малых сельскохозяйственных предприятий. Не имея излишних фондов, запасов сырья и многочисленного персонала, они являются более гибкими и могут быстро адаптироваться к изменению рыночной конъюнктуры [1].

На наш взгляд, данные преимущества малого бизнеса в АПК должны быть максимально использованы самим бизнесом и капитализированы на рынке, в том числе за счет помощи государства. Это составляет важное стратегическое направление дальнейшего развития мелкотоварного предпринимательства в АПК [2].

Таким образом, в системе актуальных форм хозяйствования в АПК малое предпринимательство несет на себе конкретную социально-экономическую нагрузку и обладает рядом экономических преимуществ, реализация которых несет определенный макроэкономический эффект с отчетливой социальной составляющей. Это просматривается на уровне актуальных форм самоорганизации малого бизнеса, среди которых можно выделить, прежде всего, его интеграцию в единые технологически связанные кооперационные цепочки производства, переработки и реализации продукции. Их развитие на фоне роста спроса на продукцию отечественных производителей, особенно в условиях санкционных ограничений позволяет максимально приблизить производство продуктов питания к местам их непосредственного потребления, что обеспечивает предельно гибкую реакцию на изменение спроса. Аналогичная «диверсификация» крупного аграрного производства является более затратоемкой, сопряжена с излишними рыночными рисками.

Обратим внимание на тот факт, что применительно к интеграции малых форм аграрного производства мы рассматриваем преимущественно горизонтальную интеграцию, в которой отсутствие возможности совмещения контроля владения и управления по всей цепи будет способствовать развитию более гибких форм интеграционного взаимодействия в системе аграрного предпринимательства. Этот гибкий организационный противовес как актуальная форма сельскохозяйственной кооперации должен работать в направлении преодоления утвердившейся концентрации аграрного производства.

В 2010–2019 гг. в аграрной политике России приоритет был отдан агрохолдингам, которые выступили бенефициарами основной части государственной финансовой поддержки отрасли. С нашей точки зрения, именно этот фактор вызвал форсированный рост крупных агрохолдингов и чрезмерную концентрацию капитала в отдельных отраслевых сегментах, которая не укладывается в какие-либо разумные научно обоснованные пропорции.

В таких условиях интенсивное развитие кластеров и кооперации будут стимулировать коллективное развитие малых форм хозяйствования, а также индивидуальных предпринимателей, которые смогут образовывать более высокоорганизованные формы сотрудничества [3].

Это приведет к увеличению объемов валового производства сельскохозяйственной продукции и снижению цен на нее, что обеспечит повышение жизненного уровня сельского населения. Обновление рыночных механизмов автоматически трансформирует социально-экономическую структуру кооперации в системе аграрного предпринимательства, что приведет к

изменению самого малого бизнеса, расширению ассортимента и объемов валового выпуска сельскохозяйственной продукции.

Выводы. На фоне развития крупных агрохолдингов в АПК, которые не обеспечивают занятость значительной части сельского населения, потенциал роста и рыночная устойчивость мелкотоварного производства должны быть усилены, что позволит диверсифицировать источники пополнения доходной базы домохозяйств. Это позволит решить сразу несколько задач:

- поддержать уровень жизни на селе и сделать его более устойчивым;
- диверсифицировать институциональную структуру аграрного сектора экономики, в котором будут успешно функционировать различные формы хозяйствования, включая предпринимательство;
- увеличить объем валового производства сельскохозяйственной продукции и сделать выпуск менее зависимым от отдельных, теперь уже, менее доминантных форм рыночной активности на селе.

Потенциал роста предпринимательских фермерских структур превышает возможности увеличения выпуска в ЛПХ, что указывает на разность потенциалов их роста и преимущества крестьянско-фермерских хозяйств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белкина Е. Н. «Белые пятна» центр-периферийности экономического пространства аграрно-индустриальных регионов: сущность, подходы к исследованию, механизмы регуляции / Е. Н. Белкина, О. Н. Бунчиков // *Kant.* – 2020. – № 1 (34). – DOI: 10.24923/2222-243X-2020-34-1.

2. Бунчиков О. Н. Развитие сельских территорий в условиях импортозамещения: региональный аспект / О. Н. Бунчиков, Е. Н. Белкина // *Московский экономический журнал.* – 2020. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-selskih-territoriy-v-usloviyah-importozamescheniya-regionalnyy-aspekt> (дата обращения: 22.09.2021).

3. Бунчиков О. Н. Формирование региональной социально-экономической политики как направления стратегического развития территорий / О. Н. Бунчиков, Е. Н. Камышанченко // *Экономика и предпринимательство.* – 2021. – № 2 (127). – С. 500–503.

© О. Н. Бунчиков, В. М. Джуха, А. С. Козьякина

УДК 504.062

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

THE REGIONAL FEATURES OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Василенко М. А., к. э. н., доцент
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
медицинский университет» Министерства
здравоохранения РФ, г. Ростов-на-Дону

Кузина Е. Л., д. э. н., профессор

Василенко Е. А., аспирант

ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта»,
(МИИТ), г. Москва

M. A. Vasilenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rostov State Medical University “Ministry of Health of
the Russian Federation, Rostov-on-Don
E. L. Kuzina,
Doctor of Economic Sciences, Professor
E. A. Vasilenko, graduate student
Russian University of Transport, (МИИТ), Moscow

Аннотация

Проблема экологической безопасности и состояния окружающей среды в настоящее время особенно актуальна и важна. Это обусловлено желанием человечества сохранить природу и самих себя как непосредственную часть этой природы, и экономическими причинами: необходимостью повышать экономическую эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятий и, тем самым, увеличивать ее результаты. В связи с этим в статье рассмотрены основные задачи системы управления природоохранной деятельностью транспортных предприятий. Проанализирована динамика выбросов загрязняющих веществ по федеральным округам РФ. Авторами предложено проведение экологического мониторинга для соблюдения природоохранных мероприятий, обеспечения экологической безопасности и соблюдении требований природоохранного законодательства.

Annotation

The problem of environmental safety and the state of the environment is currently particularly relevant and important. This is due to the desire of mankind to preserve nature and themselves as a direct part of this nature, and economic reasons: the need to increase the economic efficiency of production and economic activities of enterprises and, thereby, increase its results. In this regard, the article considers the main tasks of the environmental management system of transport enterprises. The dynamics of emissions of pollutants in the federal districts of the Russian Federation is analyzed. The authors proposed environmental monitoring to comply with environmental measures, ensure environmental safety and compliance with environmental legislation.

Ключевые слова: транспорт, загрязнение, выбросы, природоохранная деятельность, экологическая безопасность

Keywords: transport, pollution, emissions, environmental protection, environmental safety

Введение. В Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года одним из приоритетных направлений является снижение негативного воздействия транспорта на окружающую среду, а также создание условий, способствующих повышению качества жизни населения.

Цель исследования. Проанализировать объем выбросов загрязняющих веществ по округам РФ от передвижных источников, в том числе от автомобильного вида транспорта, как наиболее активного потребителя кислорода воздуха. Оценить экологическую обстановку в РФ.

Результаты исследования. Объем выбросов загрязняющих веществ по округам РФ от передвижных источников за 2018–2020 гг. приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Объем выбросов загрязняющих веществ по округам РФ от передвижных источников в 2018–2020 гг. тыс. тонн

Федеральный округ	2018 г.	2019 г.	2020 г.
ЦФО	1426,17	1324,98	1288,63
СЗФО	472,18	451,10	432,47
ЮФО	421,36	414,15	407,76
СКФО	499,25	486,30	470,71
Приволжский ФО	1128,56	1094,21	1047,97
Уральский ФО	429,94	421,77	427,96
Сибирский ФО	911,33	898,90	879,09
Дальневосточный ФО	369,51	348,72	321,53
РФ	5658,30	5440,13	5276,12

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Динамика выбросов загрязняющих веществ по федеральным округам (тыс. тонн) представлена на рисунке 1.

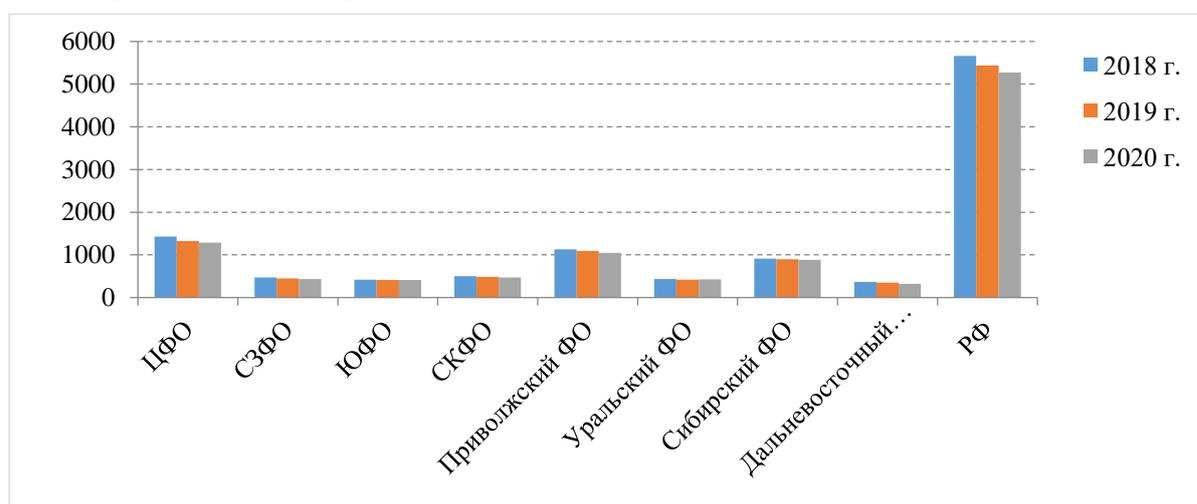


Рисунок 1 – Динамика выбросов загрязняющих веществ по федеральным округам в 2018–2019 гг.

Источник: составлено авторами.

По данным Росстата и Росприроднадзора, объем выбросов загрязняющих веществ в РФ от передвижных источников за 2020 г. составил 5276,12 тыс. тонн, что 164,01 тыс. тон меньше, чем в 2019 г., и на 382,18 тыс. тонн меньше, чем в 2018 г. При этом наблюдается ежегодное снижение выбросов загрязняющих веществ в каждом федеральном округе. Данные показатели свидетельствуют о том, что транспортные предприятия внедряют новые технологии, способствующие сокращению выбросов, загрязняющих окружающую среду.

Так, по данным статистики, автомобильный вид транспорта наиболее сильно загрязняет окружающую среду [1]. А самым экологичным является железнодорожный транспорт.

Объем выбросов вредных(загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от автомобильного транспорта в период 2018–2020 гг. представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от автомобильного транспорта в период 2018–2020 гг.

Вид загрязнения	2018 г.	2019 г.	2020 г.
CO ₂	11 700,7	3 745,6	3 638,8
NO ₂	1 647,7	979,3	949,5
C	28,1	29,5	28,3
VOC	1 543,7	432,3	415,9
SO ₂	85,3	37,4	37,3
CH ₄	61,9	15,2	14,6
NH ₃	40,1	52,0	52,7
Всего	15107,5	5291,3	5137,1

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Объем выбросов вредных(загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от автомобильного транспорта (тыс. тонн) в период 2018–2020 гг. представлен на рисунке 2.

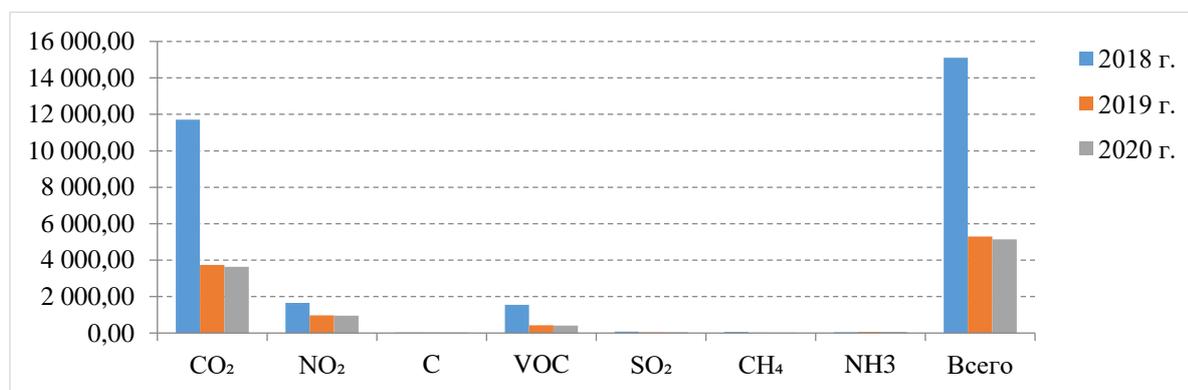


Рисунок 2 – Объем выбросов вредных(загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от автомобильного транспорта (тыс. тонн) в период 2018–2020 гг.

Источник: составлено авторами.

Как видно из рисунка 2, максимальный рост углерода оксида наблюдается только в 2018 г., в период 2019–2020 гг. произошло резкое снижение более чем в 4 раза. Это связано с тем, что значительно сократились «пробки» на дороге, улучшилось качество используемого транспорта, а также с ужесточениями контроля над выбросами этой примеси в атмосферу автомобильным транспортом. Также в 2019 г. и 2020 г. наблюдается снижение практически всех выбросов в атмосферу, что положительно сказывается на окружающей среде.

Выводы. Важным вопросом экономической системы является рациональность хозяйственного подхода к использованию природных ресурсов в условиях их платности и ограниченности [2]. Развитие экономики характеризуется тем, что с увеличением темпов роста потребления природных ресурсов растут темпы загрязнения природной среды и расходы на ее восстановление. Степень воздействия транспорта на окружающую среду оценивается по уровню расходования природных ресурсов и уровню

загрязняющих веществ, поступающих в природную среду регионов, где расположены транспортные компании.

Для соблюдения природоохранных мероприятий, обеспечения экологической безопасности и соблюдения требований природоохранного законодательства необходимо проводить экологический мониторинг: выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух стационарными и передвижными источниками; сбросов загрязняющих веществ в поверхностные водные объекты и на водосборные площади; загрязнения почв и грунтов; размещения отходов.

Затраты, произведенные транспортным предприятием, приносят результат, или эффект как в транспортной отрасли, так и за ее пределами. Транспортные компании в России успешно развиваются, совершенствуется транспортная инфраструктура, растут объемы перевозок грузов и пассажиров. Однако проблема загрязнения окружающей среды продолжает оставаться актуальной для транспортных компаний страны [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Василенко М. А. Подходы к оценке функционирования элементов социо-эколого-экономической системы на транспорте / М. А. Василенко, Е. Л. Кузина, Ю. А. Тагильцева, В. А. Галкин, Н. А. Шереметьева // Качество. Инновации. Образование. – 2020. – № 1. – С. 78–85.

2. Даванков А. Ю. Системные взаимодействия биосферных и техногенных процессов в социо-эколого-экономических системах / А. Ю. Даванков, Е. А. Постников, А. В. Кочеров, А. В. Мальнова, А. Ю. Даванков // Журнал экономической теории. – 2017. – № 1. – С. 75–85.

3. Щетинина Е. Д. Интегрально-маркетинговые методы развития регионального туризма как фактор повышения социо-эколого-экономической устойчивости региона / Е. Д. Щетинина, С. Дагман // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 5. – С. 1633–1650.

4. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 02.10.2021).

© М. А. Василенко, Е. Л. Кузина, Е. А. Василенко

УДК 330.15

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСАМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

FEATURES OF THE STATE FOREST MANAGEMENT SYSTEM IN RUSSIAN FEDERATION

Гомбалевская Е. В.,

обучающаяся группы зЛБм-ГосМ-19-1

Научный руководитель:

Филинова И. В., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

E. V. Gombalevskaya, student, gr. zLBm-GosM-19-1

Scientific Adviser:

I. V. Filinova, Candidate of Economic Sciences

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Saint-Petersburg State Forest Technical University», Institute of Forest Business and Innovation, Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассмотрены и систематизированы ключевые особенности современной системы государственного управления лесами в Российской Федерации: отсутствие согласованной лесной политики и стабильной системы правового регулирования отношений в сфере лесного хозяйства и лесопромышленного комплекса заявляются основными и наиболее значимыми проблемами, которые приводят к снижению эффективности государственного управления лесами в Российской Федерации. Обоснована необходимость целенаправленной работы по совершенствованию системы управления, контроля и надзора лесного комплекса.

Annotation

The article examines and systematizes the key features of the modern system of state forest management in the Russian Federation: the lack of a coherent forest policy and a stable system of legal regulation of relations in the field of forestry and the timber industry are the main and most significant problems that lead to a decrease in the effectiveness of state forest management in the Russian Federation. The necessity of purposeful work to improve the system of management, control and supervision of the forest complex is substantiated.

Ключевые слова: система государственного управления лесами, управление лесами в Российской Федерации, особенности развития лесного сектора.

Keywords: state forest management systems, forest management in the Russian Federation, features of forest sector development.

Введение. Леса Российской Федерации чрезвычайно важны для настоящего и будущего как нашей страны, так и всего человечества: на их долю приходится более 20 % лесного фонда планеты и, следовательно, они играют ключевую экологическую и экономическую роль на местном, национальном и глобальном уровнях.

Целью исследования является рассмотрение и систематизация особенностей системы государственного управления лесами в Российской Федерации, выявление необходимости целенаправленной работы по совершенствованию системы управления, контроля и надзора лесного комплекса.

Результаты исследования. Так как лесной комплекс включает два взаимосвязанных блока – лесное хозяйство и лесопромышленный комплекс, – то и структура управления им является двойственной. Государственное управление лесным комплексом Российской Федерации представлено на рисунке 1.

На федеральном уровне государственное управление лесным хозяйством осуществляется Министерством природных ресурсов и экологии, а также Федеральным агентством лесного хозяйства (Рослесхозом).

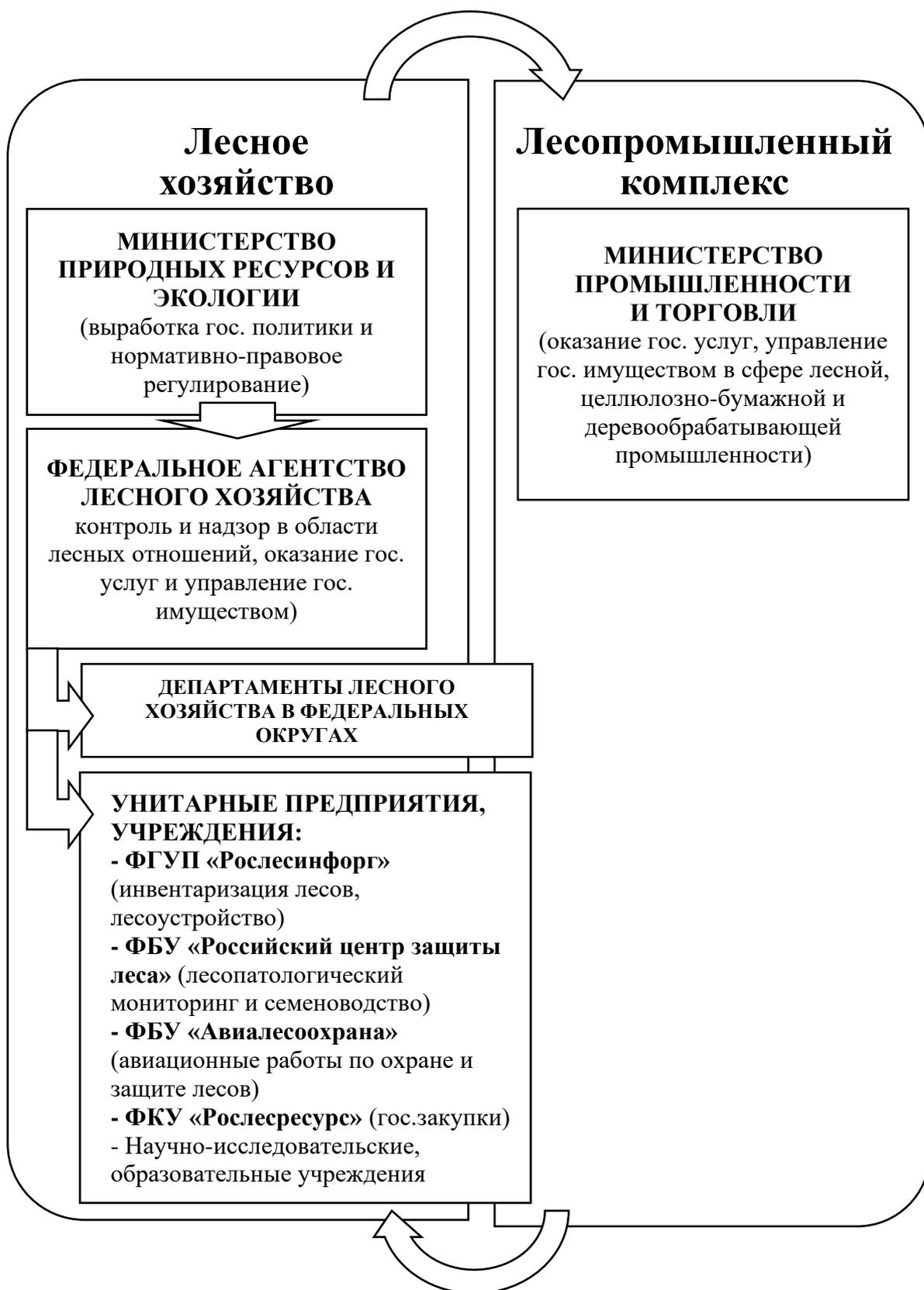


Рисунок 1 – Государственное управление лесным комплексом РФ
Источник: составлено автором.

Государственное управление лесопромышленным комплексом осуществляется Министерством промышленности и торговли (Минпромторгом России). Минпромторг России действует в соответствии с Положением о Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации и осуществляет (согласно пункту 1 указанного Положения) функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом в сфере лесной, целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей промышленности [Постановление Правительства РФ от 05.06.2008 N 438 (ред. от 12.04.2021) «О Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации»]. Однако в Положении о Министерстве среди всех перечисленных полномочий Минпромторга России не содержится ни одного специфического полномочия в сфере лесопромышленного комплекса [3].

Очевидно, что в современных экономических условиях для Минпромторга России лесопромышленный комплекс в качестве объекта управления не является приоритетным. В частности, это подтверждается недостаточными для эффективной реализации объемами бюджетного финансирования мероприятий подпрограммы «Лесопромышленный комплекс» Государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», ответственным исполнителем которой является Минпромторг России [4].

Почти три десятилетия политических и экономических реформ в Российской Федерации показали, что лесной сектор работает медленно и испытывает трудности с адаптацией к рыночным отношениям и международным требованиям, связанным с устойчивым лесопользованием [2].

Более того, этот сектор не является приоритетом национальной экономической политики. Развитие лесного сектора в России характеризуют несколько особенностей. Во-первых, отсутствие согласованной лесной политики, принятой на федеральном уровне с согласия государственных институтов, бизнеса и общества. Проект документа о лесной политике в настоящее время является предметом общенационального обсуждения в России [1].

Еще одним ключевым проектом, направленным на развитие лесного сектора, стало постановление Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие лесного хозяйства», благодаря которому в программу были внесены следующие изменения:

1. Ресурсное обеспечение Госпрограммы было приедено в соответствие с Федеральным законом о федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов.

2. Произведено уточнение плановых значений показателей (индикаторов) Госпрограммы с учетом предложений структурных подразделений Рослесхоза, а также органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, уполномоченных в области лесных отношений.

3. В Госпрограмму была включена информация по государственным заданиям в целях нормативного закрепления видов работ подведомственных Рослесхозу учреждений.

Вторая особенность – нестабильность системы правового регулирования лесных отношений. Однако нужно отметить, что в последние годы ведется

активная работа над совершенствованием правового регулирования лесных отношений с целью повысить эффективность и прозрачность лесной отрасли. Осенью 2020 года Президент РФ Владимир Путин по итогам проведенного совещания утвердил перечень поручений, направленных на развитие и декриминализацию лесного комплекса нашей страны. Это дало старт серьёзной работе по обновлению отрасли и её перезагрузке. Первым этапом этого обновления стало принятие 4 февраля 2021 года Федерального закона № 3-ФЗ «О внесении изменений в Лесной кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования правового регулирования лесных отношений». Новый закон среди прочего устанавливает новый порядок ведения государственного лесного реестра, в том числе с использованием федеральной государственной информационной системы (ФГИС ЛК). В первую очередь речь идёт о контроле происхождения древесины и её движения от мест заготовки до перерабатывающих предприятий и вывоза готовой продукции из РФ. Закон принят, однако, чтобы он начал работать, потребуется принять ещё около 25 подзаконных актов разного уровня и объёма. Также, помимо этого закона, широкое обсуждение в отраслевых кругах вызвали поправки в Лесной кодекс, принятые в январе этого года в третьем чтении Государственной Думой.

Выводы. Отсутствие согласованной лесной политики и стабильной системы правового регулирования отношений в сфере лесного хозяйства и лесопромышленного комплекса являются основными и наиболее значимыми проблемами и приводят к снижению эффективности государственного управления лесами в Российской Федерации. Перезагрузку отрасли нужно начинать с основ: с создания государственной системы управления лесами, возрождения лесной охраны (с учётом современных технологий и реалий в виде арендной системы), повышения престижа работников отрасли. Лесной сектор России имеет значительный потенциал для развития, поэтому чрезвычайно важно осознание Правительством РФ необходимости целенаправленной работы по совершенствованию системы управления, контроля и надзора лесного комплекса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Минпромторг предлагает создать в России стратегию ведения лесного хозяйства. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/7885815> (дата обращения: 25.09.2021).
2. Обзор лесопромышленного комплекса России за 2020 год. – URL: <https://proderevo.net/analytics/main-analytics/obzorlesopromyshlennogokompleksa-rossii-za-2020-god/page-2.html> (дата обращения: 25.09.2021).
3. Постановление Правительства РФ от 05.06.2008 N 438 (ред. от 12.04.2021) «О Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации».
4. Федеральное агентство лесного хозяйства: официальный сайт. – URL: <http://rosleshoz.gov.ru/activity/evaluation/regions>. (дата обращения: 25.09.2021).

© Е. В. Гомбалевская

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМИТЕТА ПО ПРИРОДНЫМ РЕСУРСАМ
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**IMPROVEMENT OF THE CONTROL AND SUPERVISION
ACTIVITIES OF THE LENINGRAD REGION NATURAL
RESOURCES COMMITTEE**

Гомбалеvская Е. В.,

обучающаяся группы зЛБм-ГосМ-19-1

Научный руководитель:

Филинова И. В., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

E. V. Gombalevskaya, student, gr. zLBm-GosM-19-1

Scientific Adviser:

I. V. Filinova, Candidate of Economic Sciences

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассматриваются особенности осуществления контрольно-надзорной деятельности Комитета по природным ресурсам Ленинградской области. В качестве основного направления совершенствования процесса исполнения надзорных мероприятий комитетом по природным ресурсам Ленинградской области предлагается разработка и внедрение проекта подпрограммы «Развитие регионального государственного контроля и надзора». В статье рассмотрены основные цели, направления и риски предлагаемой к разработке подпрограммы.

Annotation

The article discusses the features of the control and supervisory activities of the Committee on Natural Resources of the Leningrad region. The development and implementation of the draft subprogram "Development of regional State control and supervision" is proposed as the main direction for improving the process of execution of supervisory measures by the Committee on Natural Resources of the Leningrad Region. The article discusses the main goals, directions, and risks of the proposed subprogram.

Ключевые слова: контрольно-надзорная деятельность, лесное хозяйство, комитет по природным ресурсам.

Keywords: control and supervisory activities, forestry, natural resources committee.

Введение. Сегодня в лесные отношения вовлекаются все больше хозяйствующих субъектов, однако без эффективной системы контроля [3] и

надзора невозможно полноценное развитие лесного хозяйства и, как следствие, экономического развития региона в целом. В связи с этим можно утверждать, что существует необходимость создания действенного механизма государственного надзора в лесном хозяйстве [4; 5].

Целью исследования является поиск путей совершенствования контрольно-надзорной функции Комитета по природопользованию Ленинградской области.

Результаты исследования. Для улучшения исполнения надзорных мероприятий комитетом по природным ресурсам Ленинградской области предлагается разработать и внедрить проект подпрограммы «Развитие регионального государственного контроля и надзора», которая должна войти в состав действующей областной государственной программы «Охрана окружающей среды Ленинградской области» [6]. Включение в действующую областную программу данной подпрограммы позволит использовать преимущества программно-целевого подхода к планированию контрольно-надзорной деятельности, скоординировать природоохранную и контрольно-надзорную деятельность Комитета по природным ресурсам Ленинградской области, привести последнюю в соответствие с новыми требованиями российского законодательства [7] без ущерба реализации областной экологической политики в целом.

Содержание подпрограммы должно полностью соответствовать федеральному и областному законодательству, содержать перечень целей и задач развития регионального государственного контроля и надзора в Ленинградской области, целевые индикаторы, механизмы реализации, а также основные направления и сроки ее реализации, конкретных исполнителей и соисполнителей плановых мероприятий.

Комитет по природным ресурсам Ленинградской области необходимо обозначить ответственным исполнителем подпрограммы, соисполнителем - Департамент государственного лесного надзора по Ленинградской области. Контроль за исполнением подпрограммы осуществляется Правительством Ленинградской области.

Основной целью подпрограммы является повышение уровня контроля и надзора в управлении лесами на территории Ленинградской области.

Основные задачи подпрограммы:

1) поиск и устранение факторов, способствующих возникновению нарушений законодательства в сфере лесного хозяйства;

2) предупреждение и устранение последствий нарушений законодательства в сфере лесного хозяйства [1];

3) повышение прозрачности системы контрольно-надзорной деятельности.

Основными механизмами реализации подпрограммы являются:

– участие в её осуществлении всех органов государственной власти и органов местного самоуправления Ленинградской области, заинтересованных организаций и общественности, населения области;

– совершенствование системы управления в сфере регионального государственного контроля и надзора лесных территорий. Организация лесного контроля подчиняется общим закономерностям управления и контроль не может осуществляться вне управленческой системы. Он выполняет функцию обратной связи, позволяет решать задачи оптимизации внутрисистемных отношений;

– разработка и реализация практических мер по совершенствованию контроля и надзора в рамках областных и муниципальных целевых программ в соответствии с полномочиями органов государственной власти и органов местного самоуправления Ленинградской области;

– обеспечение бюджетного финансирования мероприятий по совершенствованию лесного контроля и надзора, привлечение внебюджетных средств;

– освещение в средствах массовой информации и сети интернет мероприятий и результатов реализации подпрограммы.

Реализации подпрограммы должна осуществляться по двум направлениям.

Первое направление подразумевает совершенствование информационно-профилактической составляющей контрольно-надзорной деятельности, включающее в себя:

– выявление причин, факторов и условий, способствующих нарушению хозяйствующими субъектами лесного законодательства и обязательных требований;

– оценка состояния поднадзорной среды и установление зависимости видов, форм и интенсивности профилактических мероприятий от данного состояния;

– определение способов устранения или снижения рисков возникновения нарушений лесного законодательства;

– разработка научно-методических материалов по сопровождению процессов просвещения;

– совершенствование механизмов аналитического обеспечения профилактической деятельности;

– повышение уровня правовой грамотности подконтрольных субъектов, в том числе, путем обеспечения доступности информации об обязательных требованиях и необходимых мерах по их исполнению.

Второе направление реализации подпрограммы включает совершенствование организации контрольно-надзорной деятельности, состоящее из:

– анализа и использования российского и зарубежного опыта контрольно-надзорной деятельности в лесном хозяйстве;

– постоянного межведомственного взаимодействия учреждений и служба по надзору в сфере лесного хозяйства по вопросам предотвращения нарушений лесного законодательства;

– внедрения механизмов общественного контроля;

– разработку методики оценки влияния проводимых мероприятий на эффективность и результативность осуществления контрольно-надзорной деятельности;

– организационные меры по обеспечению единства правоприменительной практики во всех межрайонных отделах управления лесных территорий Ленинградской области, осуществляющих региональный государственный лесной надзор [2].

Общий объем бюджетных ассигнований на реализацию программы должен определяться исходя из возможностей регионального бюджета и трансфертов из федерального бюджета.

В ходе разработки и реализации предложенного проекта подпрограммы возможно возникновение рисков (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка рисков, возможных в ходе реализации предложенного проекта подпрограммы, и способы их минимизации

Возможные риски	Вид риска	Способы снижения
Сокращение федеральными органами власти финансирования проекта или отказ в его финансировании	Умеренный	Анализ возможности привлечения внебюджетных источников финансирования; Поиск альтернативных источников финансирования, мониторинг инвесторов и путей привлечения денежных средств в регион.
Недостижение основных индикативных показателей	Умеренный	Проработка механизма оценки и достижения результатов; Контроль за реализацией мероприятий и их финансированием; Регулярный анализ реализации мероприятий подпрограммы; Разработка дополнительных мероприятий по мере необходимости; Применение мер по координации деятельности участников государственной программы таких, как правовое регулирование, проведение совещаний, методическое сопровождение.

Источник: составлено автором.

Принятие мер по управлению рисками осуществляется ответственным исполнителем подпрограммы, то есть Комитетом по природным ресурсам Ленинградской области, в процессе мониторинга реализации подпрограммы и оценки ее эффективности и результативности.

Целевые индикаторы основываются на системе количественных критериев и показателей эффективности проводимой политики в области обеспечения рационального и безопасного природопользования на территории Ленинградской области и устанавливаются правительством Ленинградской области. Степень их достижения определяется путем мониторинга. Оценка результативности реализации подпрограммы должна быть основана на официальном Перечне показателей результативности и эффективности контрольно-надзорной деятельности Комитета по природным ресурсам Ленинградской области.

Выводы. Применение предложенного комплекса мер и механизма усовершенствования контрольно-надзорной деятельности Комитета по природным ресурсам Ленинградской области позволит обеспечить более высокий уровень данного вида деятельности, скоординировать мероприятия подпрограммы с мероприятиями общей государственной программы «Охрана окружающей среды Ленинградской области» и тем самым добиться как большего соответствия контрольно-надзорных мероприятий действующему законодательству, так улучшения состояния лесных территорий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бородуля Е. В. Отдельные аспекты предупреждения преступности, связанной с незаконным оборотом леса / Е. В. Бородуля // Российский следователь. – 2017. – № 10. – С. 16–101.
2. Винокуров А. Ю. Контроль органов государственной власти субъектов Российской Федерации за правовым регулированием отношений в сфере охраны окружающей среды по переданным полномочиям / А. Ю. Винокуров // Экологическое право. – 2018. – № 1. – С. 11–103.
3. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 № 200-ФЗ (ред. от 01.05.2016) Гл.12, ст.96-98, гл.13, ст.99-100.
4. Минпромторг предлагает создать в России стратегию ведения лесного хозяйства. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/7885815> (дата обращения: 29.09.2021).
5. Обзор лесопромышленного комплекса России за 2020 год. – URL: <https://proderevo.net/analytics/main-analytics/obzorlesopromyshlennogokompleksa-rossii-za-2020-god/page-2.html> (дата обращения: 29.09.2021).
6. Официальный сайт Комитета по природным ресурсам Ленинградской области // Государственные программы. – URL: <https://nature.lenobl.ru/ru/deiatelnost/gosudarstvennye-programmy/> (дата обращения: 29.09.2021).
7. Петров А. П. Индустриализации лесовосстановления нужна новая правовая и экономическая база / А. П. Петров // Устойчивое лесопользование. – 2020. – № 3 (62). – С. 5–6.

© Е. В. Гомбалеvская

*УДК 630*4*

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАЩИТОЙ ЛЕСНЫХ ЭКОСИСТЕМ

ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC ASPECTS IMPROVING FOREST ECOSYSTEM PROTECTION MANAGEMENT

Каткова Т. Е., к. э. н., доцент
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

T. E. Katkova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

Рассмотрены лесные отношения в сфере защиты лесных экосистем. Проанализирована структура затрат на мероприятия по защите лесных экосистем и источников их финансирования на региональном уровне на примере Ленинградской

области. Представлена система организационно-экономических мероприятий, способствующих повышению эффективности защиты лесных экосистем.

Annotation

Forest relations in the field of protection of forest ecosystems are considered. The structure of costs for measures to protect forest ecosystems and their sources of financing at the regional level was analyzed using the example of the Leningrad Region. A system of organizational and economic measures that contribute to improving the protection of forest ecosystems is presented.

Ключевые слова: лесные экосистемы, управление защитой лесов, лесные отношения.

Keywords: forest ecosystems, forest protection management, forest relations.

Введение. Экономический, социальный, экологический ущерб, причиняемый вредными организмами лесным экосистемам, лесному сектору экономики, ущерб, наносимый имиджу органов государственного управления лесами, свидетельствует о необходимости совершенствования управления защитой лесных экосистем.

Проблемы повышения эффективности управления защитой лесных экосистем рассматриваются отечественными и зарубежными учеными [1; 3; 4], однако, не все вопросы совершенствования управления защитой лесных экосистем являются достаточно изученными и разработанными, особенно с учетом региональных особенностей.

Цель исследования состоит в предложении направлений совершенствования управления защитой лесных экосистем.

Предмет исследования – методы управления защитой лесных экосистем.

Объект исследования – лесные отношения в сфере защиты лесных экосистем.

Информационно-эмпирическую базу для анализа и выявления тенденций составил статистический материал в сфере управления защитой лесных экосистем на региональном уровне на примере Ленинградской области.

Исследование основано на комплексном подходе к решению проблем, определяемым целью работы, с использованием теоретико-правового анализа системы управления защитой лесных экосистем, других общенаучных и специальных методов исследования.

Результаты исследования. В лесных экосистемах Ленинградской области действуют очаги корневой губки, стволовых и прочих вредных организмов. Наблюдаются очаги короеда типографа, о чем широко освещается в средствах массовой информации.

Динамика площади земель лесного фонда, покрытых лесной растительностью, погибших от вредных организмов, представлена на рисунке 1.

Так, если в 2016 г. площадь земель лесного фонда, покрытых лесной растительностью, погибших от вредных организмов в Ленинградской области составляла 94,8 га (при плановом показателе 1000 га), то в 2017 г. фактическое значение существенно выросло до 1861 га (при плановом показателе 1000 га). В 2017 г. наблюдается улучшение ситуации: площадь погибших лесов сократилась до 1379,80 га (при плановом показателе 1700 га).

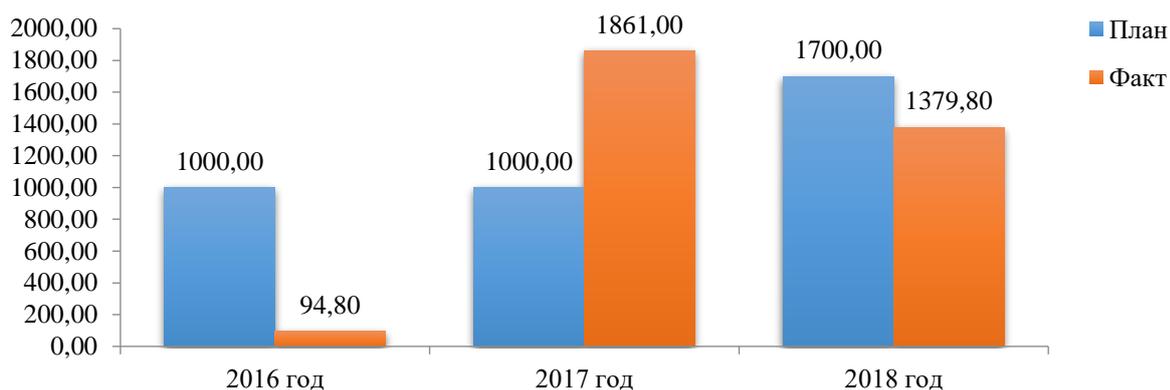


Рисунок 1 – Динамика площади земель лесного фонда, покрытых лесной растительностью, погибших от вредных организмов в Ленинградской области, га

Источник: составлено автором.

Динамика удельной площади земель лесного фонда, покрытых лесной растительностью, погибших от вредных организмов, представлена на рисунке 2.

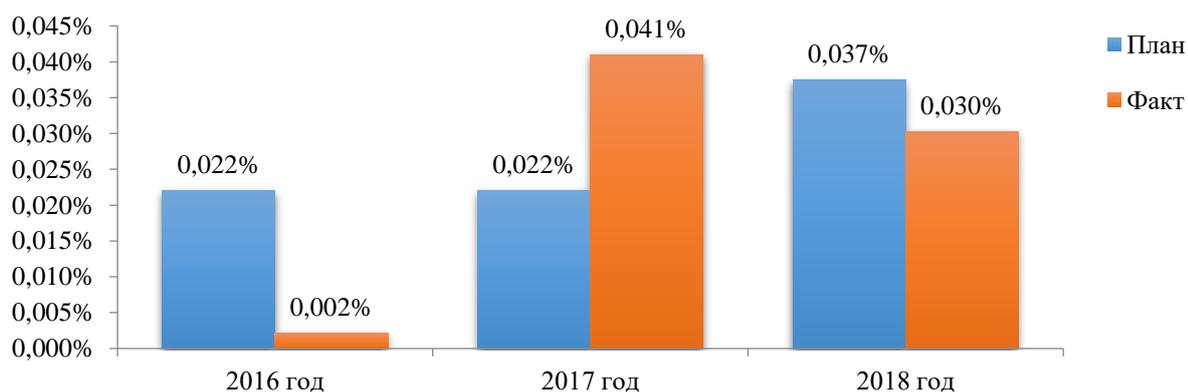


Рисунок 2 – Динамика удельной площади земель лесного фонда, покрытых лесной растительностью, погибших от вредных организмов в Ленинградской области

Источник: составлено автором.

Наблюдается увеличение доли затрат на проведение санитарно-оздоровительных мероприятий в исследуемом субъекте РФ за анализируемый период (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ затрат на защиту лесных экосистем

Виды мероприятий	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Лесопатологические обследования, %	11,3	3,4	5,5
Локализация и ликвидация очагов вредных организмов, %	26,5	0,9	0,8
Санитарно-оздоровительные мероприятия, %	62,2	95,7	93,7

Источник: составлено автором по материалам первичной отчетности Федерального агентства лесного хозяйства.

Основной источник финансирования затрат на рассматриваемые мероприятия – средства арендаторов (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ источников финансирования затрат на мероприятия по защите лесных экосистем

Виды мероприятий	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Субвенции из федерального бюджета, %	0,2	0,5	0,9
Средства арендаторов, %	99,8	97,8	99,0
Иные источники, %	-	1,7	0,1

Источник: составлено автором по материалам первичной отчетности Федерального агентства лесного хозяйства.

Неэффективному управлению защитой лесных экосистем способствует несовершенство нормативной правовой базы: требуется длительное время от получения данных о патологии в лесных экосистемах до получения разрешения на проведение санитарно-оздоровительных мероприятий. Подобное промедление губительно сказывается на лесных экосистемах, особенно высокой природоохранной ценности.

Вспышки массового размножения и образования очагов короеда типографа, наблюдаемого в лесах Ленинградской области, имеют периодичность, которую можно учитывать при долгосрочном планировании лесозащитных мероприятий и, соответственно, затрат на них [2].

Выводы. Для совершенствования управления защитой лесных экосистем необходимо сокращение длительности времени от получения данных о патологии в лесных экосистемах до получения разрешения на проведение лесозащитных мероприятий. Стратегическое планирование лесозащитных мероприятий с учетом закономерностей вспышек массового размножения и образования очагов вредных организмов позволит снизить ущерб и, соответственно, повысить эффективность управления защитой лесных экосистем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ахмадеева М. М. Управление рисками в лесном хозяйстве: теория, методология, практика: монография / М. М. Ахмадеева, Т. Е. Каткова. – Йошкар-Ола : МарГТУ, 2007. – 304 с. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19510597> (дата обращения: 27.09.2021).

2. Каткова Т. Е. Прогноз динамики очагов вредителей и болезней леса Республики Марий Эл / Т. Е. Каткова // Актуальные проблемы лесного комплекса / Под ред. Е. А. Памфилова. Сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-техн. конф. Вып. 12. – Брянск : БГИТА, 2005. – С. 81–84. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23748668> (дата обращения: 27.09.2021).

3. Петров В. Н. Государственное управление лесами: учебное наглядное пособие / В. Н. Петров ; отв. ред. В. А. Ильин; Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет. – СПб. : ЛТУ, 2017. – 240 с.

4. Петров В. Н. Эффективность эколого-экономических систем с длительным производственным циклом / В. Н. Петров, Т. Е. Каткова // Петербургский экономический журнал. – 2016. – № 1. – С. 142–151. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25845779> (дата обращения: 27.09.2021).

© Т. Е. Каткова

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСАМИ НА ЛОКАЛЬНОМ УРОВНЕ

ORGANIZATION OF FOREST MANAGEMENT AT THE LOCAL LEVEL

Кренева К. А., обучающаяся группы зЛБм-ГосМ-19-1

Научный руководитель:

Филинова И. В., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-Петербург

K. A. Kreneva, student, gr. zLBm-GosM-19-1

Scientific Adviser:

I. V. Filinova,

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Saint-Petersburg State Forest Technical University», Institute of Forest Business and Innovation, Saint-Petersburg

Аннотация

Представлен краткий обзор организации лесопользования на локальном уровне в рамках существующей системы лесного законодательства. Проведен анализ субвенций на лесное хозяйство Ленинградской области.

Annotation

A brief overview of the organization of forest management at the local level within the framework of the existing system of forest legislation is presented. The analysis of subventions for forestry in the Leningrad region is carried out.

Ключевые слова: лесное хозяйство, управление лесами, локальный уровень, лесничество, субвенции.

Keywords: forestry, forest management, local level, forestry, subventions.

Введение. На основании Лесного кодекса Российской Федерации [1] лесным участком считается тот земельный участок, который расположен в пределах лесного хозяйства и образован с учетом требований земельного законодательства.

Границы лесного хозяйства определяют пределы земель лесного фонда. В Земли лесного фонда включены лесные и нелесные земли. Лесные земли включают земли, на которых расположены леса, и земли, предназначенные для лесовосстановления. К нелесным землям относятся земли, необходимые для освоения лесов, и земли, неудобные для использования [1].

Лесничества создаются на землях:

- 1) лесного фонда;
- 2) обороны и безопасности, населенных пунктов, ООПТ, если на них расположены леса.

При проектировании лесных участков необходимо выполнение следующих работ: 1) создание зоны лесничества; 2) проектирование участков лесничеств (в случае принятия решения об их создании); 3) определение квартальной сети; 4) установление границ лесничеств.

Цель исследования. Изучение особенностей государственного управления лесами на локальном уровне.

Результаты исследования. На локальном уровне государственное управление лесами передано лесничествам, которые могут делиться на участковые лесничества.

Количество лесничеств определяется Рослесхозом и это зависит от интенсивности ведения лесного хозяйства, объема или площади арендуемых лесных участков, наличия и плотности дорог общего пользования, социальной занятости населения, проживающего на данной территории, обеспечения эффективной охраны, защиты и воспроизводства лесов [2].

Лесничества и участковые лесничества являются государственными учреждениями и действуют на основании лесохозяйственного регламента.

Задача лесничества – обеспечить рациональное, непрерывное и не истощающее использование лесов, их охрану, защиту и воспроизводство.

Функция лесничества – использование лесов, их охрана, защита и воспроизводство. Также осуществляется лесной контроль, надзор и пожарный надзор.

Деятельность лесничеств и участковых лесничеств носит непроизводственный, управленческий характер и содержит функции планирования, организации, контроля и учета [3, с. 298].

Лесничества возглавляет директор, который одновременно является старшим государственным инспектором. Должностные обязанности директора государственного учреждения – лесничества, регулируются Уставом. Этот устав утверждается органами государственной власти субъектов Российской Федерации.

Директор лесничества планирует использование, охрану, защиту и воспроизводство лесов в пределах своего лесничества. Организует использование, охрану, защиту и воспроизводство лесов на лесных участках, сданных в аренду и свободных от аренды, подготавливает необходимую документацию для организации ведения лесного хозяйства, обеспечивает ведение лесного реестра в отношении лесов, расположенных в границах лесничества, осуществляет государственный лесной контроль и надзор [4].

Финансирование деятельности лесничества осуществляется из областного бюджета в соответствии со сметой доходов и расходов.

Размеры субвенций на лесное хозяйство в Ленинградской области представлены в таблице 1. Как видно из таблицы, в 2020 году общий объем финансирования был увеличен на 13 %. Тем не менее субвенций на лесное хозяйство было выделено на 9 % меньше. Больше всего это отразилось на субвенциях на мероприятия по лесовосстановлению, здесь финансирование сократилось на 83 %, по сравнению с 2019 годом. Субвенции на мероприятия по охране лесов от пожаров сократились не так сильно, но все же уменьшились на 7 %, по сравнению с 2019 годом.

Таблица 1 – Субвенции на лесное хозяйство в Ленинградской области

2019	2020	Изменения	
		тыс. руб.	%
Общий объем финансирования			
394 428 200	447 679 500	+53 251 300	+13
Субвенции на мероприятия по охране лесов от пожаров			
105 628 400	98 772 900	-6 855 500	-7
Субвенции на мероприятия по лесовосстановлению			
6 578 900	1 921 000	-6 386 800	-83
Субвенции на лесное хозяйство			
113 237 000	103 804 800	-9 432 200	-9

Источник: рассчитано автором.

Выводы. Представленный краткий обзор локального уровня управления лесами показывает, что объем лесных полномочий на данном уровне незначителен и, на конечные результаты управления влияет незначительно. И поскольку у лесничества только управляющие функции и согласно действующему лесному законодательству он не является органом управления, то его полномочия и ответственность четко не определены.

Что касается субвенций на лесное хозяйство в Ленинградской области, то в целом общий объем финансирования увеличился на 13 % (в 2020 году), но, тем не менее, на лесное хозяйство субвенций выделено на 9 % меньше, чем в 2019 году.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 N 200-ФЗ (ред. от 02.07.2021).

2. Научное обоснование предложений по изменению лесной политики, экономическим отношениям и управлению лесным сектором с учетом региональных функций: отчет о НИР / СПбГЛТУ / Рук. В. Н. Петров. регистрационный номер НИОКТР АААА-А16-116042610015-5. – СПб : СПбГЛТУ, 2018. – 71 с.

3. Петров В. Н. Организация, планирование и управление в лесном хозяйстве: Учебное пособие / В. Н. Петров. – СПб. : Наука, 2010. – 416 с.

4. Петров В. Н. Экономические и правовые проблемы лесного сектора и пути их решения / В. Н. Петров // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2018): Сборник трудов I Всероссийской школы молодых ученых, Симферополь-Судак, 02–07 октября 2018 года / Под общей редакцией В. М. Ячменевой. – Симферополь-Судак : ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 276–288.

© К. А. Кренева

**ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В ОБЛАСТИ
ЛЕСНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**INDICATORS FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS
OF PUBLIC AUTHORITIES IN THE FIELD
OF FORESTRY RELATIONS**

Кренева К. А., обучающийся группы зЛБм-ГосМ-19-1
Научный руководитель:

Филинова И. В., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

К. А. Kreneva, student, gr. zLBm-GosM-19-1

Scientific Adviser:

I. V. Filinova, Candidate of Economic Sciences

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

Представлен краткий обзор действующей системы законодательства в Российской Федерации в области лесных отношений. Представлен краткий перечень индикаторов оценки эффективности органов государственной власти в области лесных отношений. Проведен анализ рейтинга субъектов Российской Федерации в области лесного хозяйства.

Annotation

A brief overview of the current system of legislation in the Russian Federation in the field of forest relations is presented. A short list of indicators for assessing the effectiveness of public authorities in the field of forest relations is presented. The analysis of the rating of the subjects of the Russian Federation in the field of forestry is carried out.

Ключевые слова: органы государственной власти, лесные отношения, эффективность, индикаторы.

Keywords: public authorities, forestry relations, efficiency, indicators.

Введение. На основании Лесного кодекса Российской Федерации функции использования, управления и контроля за землями лесного фонда находятся в компетенции органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Но это имеет ряд недостатков, а именно:

- 1) не предусмотрены механизмы оценки качества их выполнения;
- 2) не формулирует критерии, по которым его следует оценивать [1].

Цель исследования. Изучение особенностей показателей оценки эффективности органов государственной власти в области лесных отношений.

Результаты исследования. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации земли лесного фонда являются объектом лесных отношений. Объект лесных отношений используется и охраняется с учетом значения лесов, а также признания их в качестве основного средства производства в лесном хозяйстве.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 06.03.2012 № 194 утверждены критерии оценки эффективности государственного управления лесами при реализации переданных полномочий в области лесного хозяйства [2].

В соответствии с этим постановлением деятельность органов государственного управления лесным фондом и отношения, складывающиеся на его основе, оцениваются по ряду критериев, которые можно разделить на 7 категорий:

1. Организация использования лесов, расположенных на землях лесного фонда;
2. Организация и обеспечение охраны лесов от лесных пожаров;
3. Организация и обеспечение воспроизводства лесов, расположенных на землях лесного фонда;
4. Организация и обеспечение защиты лесов, расположенных на землях лесного фонда;
5. Осуществление на землях лесного фонда федерального государственного лесного надзора (лесной охраны);
6. Финансово-экономическая организация деятельности по осуществлению органами государственной власти субъектов Российской Федерации переданных полномочий Российской Федерации в области лесных отношений;
7. Сохранение лесов, расположенных на землях лесного фонда [2].

Индикаторы оценки используются в соответствии с представленными категориями. Ниже приводится краткий список индикаторов оценки [3]:

- 1) количество лесных пожаров в текущем году, шт. / год;
- 2) площадь лесов, пройденная лесными пожарами в текущем году, тыс. га;
- 3) отношение площади искусственного лесовосстановления к площади выбытия лесов от сплошных рубок (с последующим лесовосстановлением) и гибели лесов, %;
- 4) доля объема нелегальной заготовки древесины в общем объеме заготовки, %.

Каждый год Рослесхоз оценивает эффективность управления лесным хозяйством среди всех регионов России для определения динамики и качественных изменений [4].

В 2019 году Ленинградская область вошла в десятку лучших, заняв первое место. Наблюдается прогресс в эффективности лесного хозяйства, так как в 2018 году Ленинградская область заняла пятое место.

Кроме того, Рослесхоз анализирует эффективность ведения лесного хозяйства в регионах и по отдельным показателям. В частности, подготовлен рейтинг субъектов Российской Федерации по проведению искусственного лесовосстановления в 2019 году. Для его составления используются абсолютные

данные, полученные от региональных лесных ведомств, о том, на какой площади искусственно восстановлен или посажен лес.

На первом месте в списке лучших Иркутская область с показателем более 15 тыс. га. Второе место в рейтинге заняла Тверская область, где посадили более 9,3 тыс. га. Третье место заняла Ленинградская область с 9 тыс. га новых лесопосадок.

Лидером антирейтинга, подготовленного на основе абсолютных данных об объемах выявленных незаконных рубок за 2019 год, также стала Иркутская область с показателем выявленных незаконных рубок более 440 тыс. м³. Ленинградская область на 37-м месте с показателем 961,2 тыс. м³. Здесь тоже заметен прогресс, так как в 2018 году Ленинградская область заняла 43-е место с показателем 2211,4 тыс. м³ выявленной незаконной заготовки, что на 1250,2 тыс. м³ больше.

Рослесхоз постоянно контролирует и ситуацию по охране лесов от пожаров. Поэтому для оценки эффективности такого показателя был составлен рейтинг быстроты тушения пожаров за 2020 год. Наихудшие показатели продемонстрировали Еврейская автономная область, Забайкальский и Хабаровский край, Карачаево-Черкесская и Чувашская республики. В этих регионах оперативность обнаружения и тушения лесных пожаров является одной из ключевых проблем обеспечения пожарной безопасности в лесах. В Ленинградской области в 2020 году на тушение пожаров требовалось больше суток. Здесь наблюдается ухудшение, так как в 2019 году лесные пожары тушили в первые сутки.

Антирейтинг по площади, охваченной лесными пожарами на территории лесного фонда в 2020 году, возглавляют регионы Дальневосточного федерального округа. Ленинградская область занимает 50-е место с 161,1 га. И здесь мы наблюдаем ухудшение показателей, так как в 2019 году Ленинградская область занимала 51-е место с 66,9 га, что на 94,2 га меньше.

Выводы. Представленный краткий обзор действующей системы законодательства в Российской Федерации в области лесных отношений и проведенный анализ рейтинга субъектов Российской Федерации в области лесного хозяйства показывает, что существующая система оценки эффективности органов государственной власти в области лесных отношений, затрагивает много аспектов. Это позволяет подвести итог по всем направлениям деятельности рассматриваемых субъектов. Тем не менее оценка качества в большинстве направлений не проводится, однако это является важной составляющей деятельности органов государственной власти в области лесных отношений с учетом территорий России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 N 200-ФЗ (ред. от 02.07.2021).
2. Постановление Правительства РФ от 06.03.2012 № 194 (ред. от 23.01.2014) «Об утверждении критериев оценки эффективности деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации по осуществлению переданных полномочий Российской Федерации в области лесных отношений».

3. Приказ Минприроды России от 09.12.2014 N 545 «Об утверждении Методики оценки эффективности осуществления органами государственной власти субъектов Российской Федерации переданных в соответствии со статьей 83 Лесного кодекса Российской Федерации полномочий Российской Федерации в области лесных отношений».

4. Официальный сайт Федерального агентства лесного хозяйства [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosleshoz.gov.ru/rates> (дата обращения: 16.02.2021).

© К. А. Кренева

УДК 339.162-028.27:502

ТОРГОВЛЯ В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ: ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ

TRADING IN THE ONLINE SPACE: IMPACT ON THE ENVIRONMENTAL COMPONENT

Литвинова Д. С., обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1

Каханова М. Ф., обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1

Научный руководитель:

Ермаков И. А., к. э. н., доцент

ФГБОУ ВО «Государственный университет
управления», Институт отраслевого менеджмента,
г. Москва

D. S. Litvinova, student, gr. LSCM 3-1

M. F. Kakhanova, student, gr. LSCM 3-1

Scientific Adviser:

I. A. Ermakov,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
State University of Management, Institute of Industry
Management, Moscow

Аннотация

Несмотря на все плюсы онлайн-продаж, их возросшую в период пандемии популярность, данный сегмент бизнеса всё же оказывает воздействие на окружающую среду. В данной работе авторами продемонстрирован один из возможных факторов влияния на экологию на примере покупок и возврата одежды.

Annotation

Despite all the advantages of online sales, their increased popularity during the pandemic, this segment of the business still has an impact on the environment. In this paper, the authors demonstrate one of the possible factors influencing the environment by the example of purchases and returns of clothes.

Ключевые слова: онлайн-магазины, электронная коммерция, экология, пандемия.

Keywords: online shopping, e-commerce, ecology, pandemic.

Введение. Вследствие ограничений, вызванных эпидемиологической ситуацией в мире, общество стало проводить намного больше времени в

интернет-пространстве. Бывшая офлайн-деятельность, которая, казалось бы, только и возможна в подобном формате, постепенно перетекает на цифровые площадки. Ярким примером служит частичный переход от традиционного похода в розничные магазины за FMCG товарами в пользу онлайн-покупок.

Несмотря на постоянные различия между странами, кризис COVID-19 усилил динамизм в сфере электронной коммерции в различных государствах и расширил ее масштабы, в том числе за счет новых фирм, потребительских сегментов и продуктов [1].

Тенденции развития торгово-цифровых платформ на российском рынке ставят перед организациями не только новые задачи для решения, но и открывают перспективные направления для конкурентоспособной и прогрессивной деятельности. Так многие магазины, успешно развивающиеся в офлайне, с началом пандемии коронавируса и ограничительных мер направили свою деятельность в сторону e-commerce. В 2020 году доля электронной коммерции составила 9 % от всего рынка ритейла и 21 % от рынка непродуктового ритейла.

В течение 2020–2021 годов объемы продаж онлайн магазинов-агрегаторов выросли в разы. Например, как видно из рисунка 1, в 2020 году количество заказов на онлайн-площадках B2C-рынка России составило 830 млн. По сравнению с 2019 годом, рост составил 78 % [2].

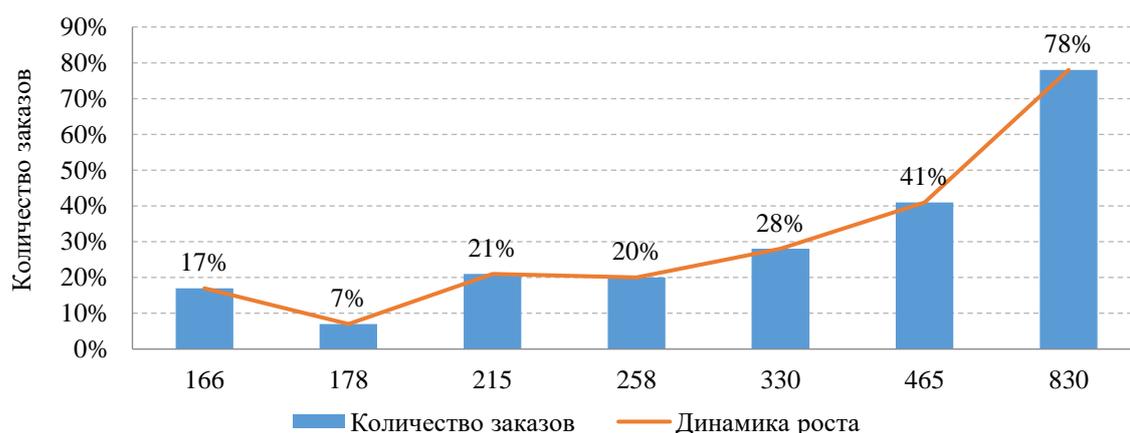


Рисунок 1 – Динамика количества заказов 2014–2020 гг.

Источник: данные Data Insight.

Безусловно, отсутствие выставочных залов, на которые идут большие затраты электроэнергии и других ресурсов, быстрота и легкость в оформлении покупок, исключение временных затрат на долгие хождения по торговым центрам являются неоспоримыми плюсами онлайн-ритейла. Однако e-commerce также имеет свои недостатки, затрагивающие экологический сектор.

Цель исследования. Выявление недостатков e-commerce, затрагивающих экологический сектор, на примере покупок одежды.

Результаты исследования. На сегодняшний день спрос на приобретение одежды посредством онлайн-площадок неуклонно растет. Потребители привыкли просматривать страницы, не выходя из квартиры, и также примерять

поступившие «до дверей» покупки. По рисунку 2 можно заметить, что количество посылок по России выросло с 571 млн шт. до 883 млн шт.

Одна из основных причин, по которой покупка одежды онлайн стала такой популярной, заключается в том, что многие компании включили бесплатную доставку в стоимость продукции, что в свою очередь позволяет возвращать ненужные вещи без хлопот и затрат.

Возвраты купленных онлайн товаров в России в 2020 году увеличились на 9 % по сравнению с 2019 годом и составили 8,3 % от всех интернет-покупок в денежном выражении [4].

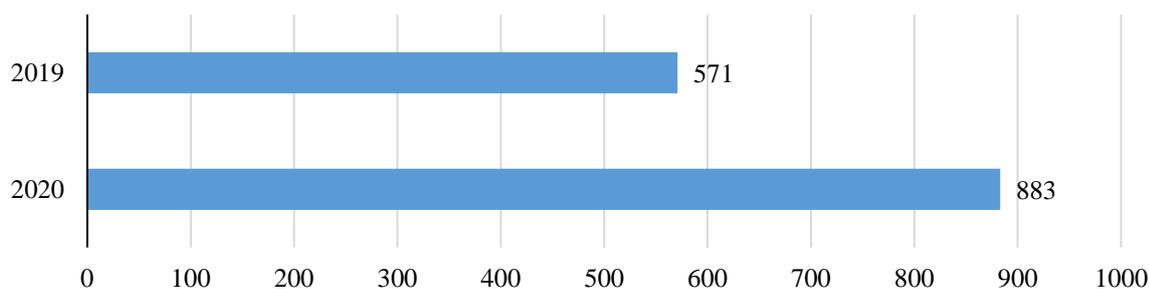


Рисунок 2 – Объем российского рынка логистики для электронной коммерции. Посылки, млн шт.

Источник: данные Data Insight.

Следовательно, магазин, который решит исключить бесплатную доставку или и прежде её не использовавший, потеряет свою конкурентоспособность на рынке. Другими словами, сами компании вряд ли смогут осуществить изменения, необходимые для снижения воздействия на окружающую среду, не понеся убытки, со своей стороны.

Определенная доля потребителей осуществляет покупку одежды, намеренно собираясь вернуть ее магазину в скором времени. Так клиент покупает несколько размеров одного и того же товара, чтобы посмотреть, какой из них подойдет больше. Также существует доля тех покупателей, которые приобретают одежду на одно мероприятие или для новой фотографии в социальные сети, а после возвращает ее продавцу.

В спешке наклеить этикетку возврата на посылку и отправить ее обратно, общество склонно игнорировать стоимость такого поведения. Хотя примерка одежды дома кажется весьма удобной, в реальности же это оборачивается издержками на мировых дорогах, где грузовики доставляют товары до дома клиента и обратно, загрязняя атмосферу и способствуя глобальному потеплению.

Трудно конкретно определить экологические затраты на возврат одежды, однако можно точно проследить следующую тенденцию: в прошлом грузовикам нужно было доставлять товар в пункты торговых центров или определенных магазинов, теперь же им приходится совершать поездки туда и обратно к домам людей. Поскольку сегодня большинство посылок направляется непосредственно по адресам проживания, то вместо того, чтобы совершать доставку в магазины, теперь водитель должен вернуться домой к покупателю, чтобы забрать товар и вернуть его продавцу. Это в буквальном смысле удваивает количество километров, которые транспорт находится в пути, из-за неудовлетворения

потребителя в полученном товаре. В глобальном масштабе это оказывает огромное влияние на окружающую среду и трафик.

Из требования быстрой доставки и возврата вытекает следующий недостаток: грузовики часто заполнены меньше, чем раньше, что увеличивает углеродный след каждого отдельного товара, который покупается или возвращается.

В решении данной проблемы заинтересованы многие бренды, которые инвестируют в открытие или улучшение своего присутствия на офлайн-рынке. Там они усердно работают над тем, чтобы сделать посещение физических магазинов более приятным, чем обычные торговые центры прошлого [5].

Не менее практичным способом уменьшения влияния на окружающую среду является комплексная организация онлайн-покупок, а не разделенная по частям, т. е. процесс приобретения товаров должен проходить так, чтобы заказы одного клиента оказались в одной посылке.

Следует принять во внимание тот факт, что электронная коммерция будет существовать до тех пор, пока это позволяют цифровые технологии. На примере пандемии COVID-19 мы можем наблюдать, что на данном этапе развития всемирная паутина не всецельна, как это казалось ранее. Как пишет онлайн-издание 3Dnews Daily Digital Digest, вызванные коронавирусными ограничениями массовые переходы бизнеса, образования и других сфер на удаленный режим работы существенно увеличили нагрузку на сетевую инфраструктуру во всем мире. В условиях карантина и домашнего времяпрепровождения значительно — на значение от 20 до 75 процентов — вырос объем трафика стриминговых, облачных игровых, аудиовизуальных сервисов, систем видеоконференцсвязи и коллективной работы. Резкий всплеск популярности посещаемости онлайн-кинотеатров, видеохостингов и других медиаресурсов вынудил регулирующие органы ряда европейских стран пойти на крайние меры и обратиться с призывом к популярным мультимедийным площадкам снизить качество транслируемого контента, чтобы предотвратить повышенную нагрузку на интернет-инфраструктуру [3].

Выводы. Пандемия коронавируса превратила Интернет-торговлю в один из самых динамично растущих сегментов бизнеса. Общество привыкло без труда заказывать различные виды товаров, возвращать их, не задумываясь о последствиях. Хотя примерка одежды дома кажется весьма удобной, в реальности же это оборачивается издержками на мировых дорогах, где грузовики доставляют товары до дома клиента и обратно, загрязняя атмосферу и способствуя глобальному потеплению. Подобные проблемы можно минимизировать за счет:

- сокращения потребления, т. е. проведение тщательного выбора нужных товаров;
- проведения дополнительного изучения продукции и мониторинга отзывов других потребителей;
- группировки поставок, а не отправки каждого товара отдельно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев П. В. Воздействие последствий трансформации потребительского поведения в условиях пандемии на Интернет-торговлю / П. В. Алексеев // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 4. – URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-](https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie)

posledstviy-transformatsii-potrebitelskogo-povedeniya-v-usloviyah-pandemii-na-internet-torgovlyu (дата обращения: 24.09.2021).

2. Исследовательское агентство. – URL: <https://www.datainsight.ru/public> (дата обращения: 24.09.2021).

3. Крупин А. Итоги 2020 года: интернет-индустрия [Электронный ресурс]. – URL: <https://3dnews.ru/1028721/itogi-2020-goda-internet-industriya> (дата обращения: 24.09.2021).

4. Оператор фискальных данных. – URL: <https://ofd.ru/> (дата обращения: 24.09.2021).

5. Elizabeth Segran. Your online shopping has a startling hidden cost [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.fastcompany.com/90301638/your-online-shopping-has-a-startling-hidden-cost> (дата обращения: 24.09.2021).

© Д. С. Литвинова, М. Ф. Каханова

УДК 330.313:332.334.4

РАСШИРЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

EXTENDED REPRODUCTION OF LAND RESOURCES AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN ECONOMY OF RUSSIA

Никольчев А. А., младший научный сотрудник
ФГБНУ «Прикаспийский аграрный федеральный
научный центр Российской академии наук»,
Отдел экономического обеспечения, г. Астрахань
Федюнина Е. Н., к. э. н., доцент
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный
аграрный университет», г. Волгоград

A. A. Nikulchev, Junior Researcher
FGBNU «Caspian Agrarian Federal Scientific Center
of the Russian Academy of Sciences», Department
of Economic Support, Astrakhan
E. N. Fedyunina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
FSBEI HE «Volgograd State Agrarian University»,
Volgograd

Аннотация

В статье рассматривается специфика расширенного воспроизводства земельных ресурсов, суть которой заключается в сочетании экстенсивного и интенсивного типов воспроизводства сельскохозяйственных земель. Аргументировано, что интенсивный тип воспроизводства позволяет восстанавливать качественные параметры земли, тогда как экстенсивный тип – количественные параметры, зависящие от воздействия институциональных факторов, обуславливающих оборот сельскохозяйственных земель. Согласно авторской концепции, устойчивое развитие аграрной экономики базируется на рациональном использовании земельных ресурсов, которое основано не только на повышении плодородия и продуктивности земли, но и развитии земельных отношений,

обеспечивающих эффективный обмен правами собственности и условия вовлечения земельных ресурсов в сельскохозяйственное производство.

Annotation

The article discusses the specifics of extended reproduction of land resources, the essence of which is a combination of extensive and intensive types of reproduction of agricultural land. It is argued that the intensive type of reproduction makes it possible to restore the qualitative parameters of the land, while the extensive type – quantitative parameters that depend on the impact of institutional factors that determine the turnover of agricultural land. According to the author's concept, the sustainable development of the agrarian economy is based on the rational use of land resources, which is based not only on increasing the fertility and productivity of the land, but also on the development of land relations that ensure an effective exchange of property rights and conditions for the involvement of land resources in agricultural production.

Ключевые слова: расширенное воспроизводство земельных ресурсов, институциональные факторы, рациональное использование земельных ресурсов, устойчивое развитие, интенсивный, экстенсивный типы воспроизводства.

Keywords: expanded reproduction of land resources, institutional factors, rational use of land resources, sustainable development, intensive, extensive types of reproduction.

Введение. В современной аграрной экономике России рациональное использование земельных ресурсов сопряжено с проблемой организации эффективного воспроизводства сельскохозяйственных земель, что обуславливает необходимость выявить факторы, определяющие характер воспроизводственного процесса земельных ресурсов, и условия перехода к расширенному воспроизводству.

В работах отечественных исследователей при решении данной проблемы основной упор делается на анализ естественных, технических, агротехнологических, агрохимических и организационно-экономических условий воспроизводства [1; 3; 6]. Однако в меньшей мере рассматривается значимость институциональных факторов в организации процесса воспроизводства земельных ресурсов и перехода от одного типа воспроизводства к другому.

Цель исследования. Обоснование значимости институциональных факторов, способствующих переходу к расширенному типу воспроизводства земельных ресурсов, обеспечивающего развитие аграрной экономики России.

Результаты исследования. Расширенный тип воспроизводства земельных ресурсов предполагает сочетание интенсивного и экстенсивного типов воспроизводства. Интенсивный тип воспроизводства основан на применении инновационной техники, природоулучшающих агротехнологий и агрохимических приемах, что способствует повышению почвенного плодородия и производительности труда [2; 5].

Проведенный анализ динамики использования пашни в России показывает, что на протяжении исследуемого периода с 2013 по 2019 гг. наблюдается рост посевной площади (2,3 %) при одновременном снижении площади чистых паров (7,8 %) и неиспользуемой пашни (6,7 %) (таблица 1). При этом сокращение площади чистых паров свидетельствует о снижении применения эффективных агротехнологических приемов, способствующих интенсивному типу воспроизводства земельных ресурсов и улучшению качественных характеристик

земли в России. Следует отметить, что в последние годы 2017–2019 гг. при сокращении посевных площадей увеличилась площадь неиспользуемой пашни (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика показателей использования пашни в РФ, 2013-2019 гг.

Показатели	Годы						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Посевная площадь, тыс. га	78057	78525	79319	79993	80049	79634	79881
Площадь чистых паров, тыс. га	12538	12416	11859	11979	11819	11987	11556
Неиспользуемая пашня, тыс. га	20691,6	20654,9	18597,8	18800,2	19398,4	19577,1	19311,3

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Наличие неиспользуемых сельскохозяйственных земель в аграрной экономике России является следствием, прежде всего, действия институциональных факторов.

Так, введение института долевой формы собственности в результате проведения земельной реформы привело к появлению большого количества невостребованных земельных долей, выбывших из сельскохозяйственного производства и оборота земли.

Результаты проведенного исследования показывают, что происходит сокращение площадей невостребованных земельных долей (рисунок 1).



Рисунок 1 – Динамика площадей невостребованных земельных долей и вовлеченной в оборот пашни в РФ, 2014–2019 гг.

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Однако аналогичная отрицательная тенденция по вовлечению в оборот пашни вовсе не означает положительное решение данной проблемы, поскольку площадь невостребованных земельных долей превышает в 14 раз площади

вовлечения в оборот пашни (см. рисунок 1). Следует отметить, что вовлечение в хозяйственный оборот неиспользуемых земель, а также расширение площади используемых сельскохозяйственных земель на основе купли-продажи и аренды составляет основу экстенсивного типа воспроизводства земельных ресурсов, который в отличие от воспроизводства других экономических ресурсов носит более четкий формализованный характер. Поэтому экстенсивный тип воспроизводства зависит от институциональных факторов. В качестве институциональных факторов мы рассматриваем, прежде всего, формальные правила, которые определяют процедуру обмена правами на земельную собственность. Эти правила, с одной стороны, могут создавать благоприятные условия для перехода к расширенному типу воспроизводства за счет увеличения площади землепользования сельскохозяйственных предприятий посредством купли-продажи и аренды сельскохозяйственных земель, а с другой стороны, сдерживать воспроизводственный процесс посредством введения различных институциональных ограничений: мораторий на куплю-продажу государственных и муниципальных земель, сложная и затратная процедура трансформации долевой формы собственности в индивидуальную, ограничения распоряжения долевой формой собственности на землю и другие.

На наш взгляд, процесс расширенного воспроизводства земельных ресурсов может обеспечиваться эффективными институтами, которые формируют законодательную базу оборота сельскохозяйственных земель, обеспечивают организацию осуществления обмена правами собственности на землю, контроль за целевым использованием земель посредством кадастрового учета и мониторинга за состоянием сельскохозяйственных земель. Эффективные институты способствуют формированию продуктивной системы организации воспроизводства земельных ресурсов, основными элементами которой являются механизм государственного регулирования рационального использования сельскохозяйственных земель и гибкая система экономических регуляторов, стимулирующих появление эффективных собственников земли и производителей сельскохозяйственной продукции. Система экономических регуляторов основана на земельной ренте и включает в себя следующие элементы: ставка земельного налога и арендной платы за землю, рыночная и кадастровая цена земли, размер компенсационных платежей за изъятие или консервацию земли; размер платы за сервитуты и другие.

Таким образом, устойчивое развитие аграрной экономики базируется на расширенном воспроизводстве земельных ресурсов, что предполагает их рациональное использование, которое, с одной стороны, основано на повышении плодородия и продуктивности земли, а с другой стороны, на совершенствовании земельных отношений и институциональных условий, способствующих эффективному обмену правами собственности на землю и вовлечению земельных ресурсов в сельскохозяйственное производство.

Выводы. Устойчивое развитие современной аграрной экономики России базируется на расширенном типе воспроизводства земельных ресурсов. Переход от суженого, простого типов воспроизводства к расширенному обеспечивается, прежде всего, действиями эффективных институтов, которые обеспечивают сочетание жесткой системы государственного регулирования и контроля за использованием земельных ресурсов и гибкой системы экономических регуляторов, способных стимулировать появление эффективных собственников и товаропроизводителей. Механизм государственного регулирования

предусматривает создание таких институциональных условий, при которых появляется возможность ограничивать необоснованный перевод земли сельскохозяйственного назначения в другие категории, организовать ускоренный процесс вовлечения неиспользуемых земель в сельскохозяйственный оборот и трансформацию долевой формы собственности в индивидуальную с целью упрощения обмена правами собственности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Векленко В. И. Основные направления воспроизводства земельных ресурсов / В. И. Векленко, В. В. Дуплин, Н. Д. Жмакина // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2018. – № 3. – С. 150–157.

2. Воробьев А. В. Специфика процесса воспроизводства земельных ресурсов в сельском хозяйстве / А. В. Воробьев, Л. О. Оганесян, А. А. Никульчев, Е. Н. Федюнина // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. – 2020. – № 12 (191). – С. 38–43.

3. Демидов П. В. Стратегическое управление землями сельскохозяйственного назначения: монография / П. В. Демидов, А. В. Улезько. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2018. – 190 с.

4. Доклады о состоянии и использовании земель сельскохозяйственного назначения за 2013–2019 гг. – URL: <https://mcx.gov.ru>. (дата обращения: 16.09.2021).

5. Никульчев А. А. Оценка эффективности расширенного воспроизводства в сельском хозяйстве Волгоградской области // Бизнес. Образование. Право. – Волгоград: Частное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский институт бизнеса». – 2018. – № 3 (44). – С. 244–248.

6. Улезько А. В. Земельные ресурсы сельского хозяйства: управление воспроизводством и экономическая оценка потенциала: монография / А. В. Улезько, В. Э. Юшкова, А. А. Тютюников. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014. – 176 с.

© А. А. Никульчев, Е. Н. Федюнина

*УДК 338.246.025.88:630*9*

УСЛОВИЯ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИВАТИЗАЦИИ ЛЕСОВ В РОССИИ

CONDITIONS AND CONSEQUENCES OF FOREST PRIVATIZATION IN RUSSIA

Петров В. Н., д. э. н., профессор
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

V. N. Petrov,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

Октябрьский переворот 1917 г. и принятие Конституции 1918 г. коренным образом изменили политико-экономический строй России. Все леса, кроме общинных, были объявлены национальным достоянием и перешли в исключительную собственность государства. Государственная собственность на леса по настоящее время лежит в основе малоэффективной лесной экономики. В статье представлены результаты опроса молодёжи о возможности введения частной собственности на леса. Показаны положительные и отрицательные последствия введения частной собственности на леса.

Annotation

The October coup of 1917 and the adoption of the 1918 Constitution radically changed the political and economic system of Russia. All forests, except for communal ones, were declared a national treasure and became the exclusive property of the state. State ownership of forests is still at the core of an ineffective forest economy. The article presents the results of a survey of young people about the possibility of introducing private ownership of forests. Shown are the positive and negative consequences of the introduction of private ownership of forests.

Ключевые слова: развитие лесного хозяйства, собственность на леса, лесная экономика, приватизация лесов.

Keywords: forestry development, forest ownership, forestry, forest privatization.

Введение. Историю развития форм собственности на леса в России можно условно разделить на четыре периода: 1802–1917 гг., 1917–1993 гг., 1993–2006 гг., с 2006 г. по настоящее время. Подробно о формах собственности на леса в указанных периодах изложено в исследовании [5]. Отметим только, что с 1917 г. по настоящее время леса на землях лесного фонда находятся в государственной собственности. В течение всего этого периода, эффективность лесной экономики (соотношение затрат и результатов, инновации) находится на низком уровне, периодически поднимаются вопросы о приватизации лесов [4].

С введением института аренды лесных участков у частного бизнеса появилась возможность покупать у государства право пользования лесными участками до 49 лет [2]. Право распоряжение лесами закреплено за государством. Получив право пользования лесным участком, лесное законодательство предоставило возможность бизнесменам использовать лесные ресурсы с целью получения прибыли. Кроме права пользования частный бизнес обязали восстанавливать леса за собственный счет, ухаживать за насаждениями. Срок аренды лесного участка в два раза меньше времени роста насаждений до возраста их коммерческой спелости [3]. Такое расхождение по времени, между целями государства и бизнеса приводит к отсутствию интереса у последних в качественном восстановлении лесов. В связи с этим, иногда, со стороны бизнеса, появляются предложения о приватизации лесных участков.

Научная проблема заключается в обосновании баланса экономических и социальных интересов государства, населения и частного бизнеса, экологических последствиях после приватизации лесов.

В данной работе отражена часть исследования, касающаяся оценки положительных и отрицательных последствий при введении частной собственности на леса [5].

Цель исследования. Показать условия и последствия приватизации лесов в России.

Результаты исследования. Одним из важных условий введения частной собственности на леса в России, является учёт мнения населения. Но это условие теоретическое, его соблюдение важно не с юридической точки зрения, а с политической или социальной. Нормы Конституции России допускают нахождение природных ресурсов в частной собственности, лес не является исключением [1].

Исследование по теме «приватизация лесов» проводится на кафедре лесной политики, экономики и управления СПбГЛТУ им. С. М. Кирова с 1997 г., в том числе ежегодное анкетирование 300 студентов старших курсов (средний возраст 22 года) по теме возможной приватизация лесов.

Опросы, проводимые на протяжении 24 лет, говорят об устойчивой тенденции роста числа противников введения частной собственности на леса в России. Почти 90 % опрошенных выступают против появления частной собственности на леса. Это мнение молодого поколения, родившегося и выросшего в новых социально-экономических условиях, максимально приближенных к рыночным.

Гипотетически можно предположить, что подавляющее большинство людей старшего поколения, познавших социальные преимущества прежнего общественно-политического строя, основанного на общественной социалистической собственности, также будет против введения частной собственности на леса.

В самых общих чертах процедура приватизации лесов должна включать следующие этапы: законодательное обеспечение, оценка лесов, процедура передачи (продажи) арендаторам лесных участков или частному бизнесу.

Исследование выявило положительные и отрицательные стороны приватизации лесов.

Положительные стороны приватизации лесов: для государства – разовое пополнение бюджета, снижение затрат на управление лесами; для частного бизнеса – повышение капитализации бизнеса, рост мотивации в деле воспроизводства и сохранения лесов, рост оборотоспособности лесных участков; для населения – нет преимуществ.

Отрицательные стороны приватизации лесов: для государства: сложности при отчуждении лесных участков для государственных нужд, дополнительные затраты на компенсацию; для частного бизнеса – непредсказуемость государственной лесной политики, лесного и налогового законодательства; для населения – возможные ограничения свободного доступа на лесные участки.

Выводы. История влияет на формирование общественного мнения. Одновременно с этим, надо признать, что длительная монополия государственной

собственности на леса приводит к потере чувства частной собственности и уважения к ней.

С социальной и политической точек зрения приватизация лесов требует учета мнения населения.

Приватизация неизбежна, но она не единственное условие устойчивого лесного хозяйства. В первую очередь возможна приватизация лесов на землях сельскохозяйственного назначения, вторая очередь – эксплуатационные или леса, выращенные арендаторами лесных участков.

Приватизация лесов не одnorазовый акт купли-продажи лесных насаждений, а планомерный процесс реализации государственной лесной политики, который займет несколько лет.

Приватизация лесов в России – не главное, важнее – экономический механизм изъятия налогов, сборов и государственной поддержки частных товаропроизводителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ. – URL: <https://constrf.ru/razdel-1/glava-3/st-71-krf> (дата обращения: 01.10.2021).

2. Лесной кодекс Российской Федерации. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64299/ (дата обращения: 01.10.2021)

3. Об установлении возрастов рубок. Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ. 09.04.2012, № 106. – URL: <https://rulings.ru/acts/Prikaz-Rosleshoza-ot-09.04.2015-N-105/> (дата обращения: 01.10.2021).

4. Петров А. П. Приватизация лесов в Российской Федерации: условия, формы, риски / А. П. Петров // ЛесПромИнформ. – 2011. – № 1 (75). – С. 9–14.

5. Петров В. Н. Лесная политика и лесное право. – СПб. : СПбГЛТУ, 2015. – 216 с.

© В. Н. Петров

УДК 630*943

ВОЗМОЖНОСТЬ СТРАХОВАНИЯ ЛЕСОВ ОТ ПОЖАРОВ

POSSIBILITY OF FOREST FIRE INSURANCE

Петров В. Н., д. э. н., профессор

Докучаева А. В., обучающаяся группы ЛБм-Эк-20-1
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

V. N. Petrov,

Doctor of Economic Sciences, Professor

A. V. Dokuchaeva, student, gr. LBm-Ek-20-1
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассматривается возможность страхования лесов от пожаров в условиях государственной собственности на леса в России. Проанализирован зарубежный опыт страхования лесов. Обоснована необходимость создания внебюджетного страхового фонда охраны лесов от пожаров.

Annotation

The article discusses the possibility of forest fire insurance in the conditions of state ownership of forests in Russia. The foreign experience of forest insurance is analyzed. The necessity of creating an off-budget insurance fund for forest fire protection has been substantiated.

Ключевые слова: лесные пожары, природопользование, страхование лесов, охрана лесов, страховой фонд.

Keywords: forest fires, nature management, forest insurance, protection of forests, insurance fund.

Введение. Выбранная тема является актуальной как с теоретической, так и с практической точки зрения.

С теоретической точки зрения, актуальность выбранной темы заключается в несовершенстве существующего без изменений с прошлого века экономического механизма по охране лесов от пожаров.

С практической точки – реализация результатов исследования будет способствовать снижению среднегодовой площади пожаров на территории РФ.

Можно предположить, что причиной сложившейся пожароопасной ситуации является несовершенный экономико-правовой механизм охраны лесов от пожаров, не предусматривающий распределение рисков при охране лесов от пожаров, среди участников лесных отношений.

Цель исследования. Рассмотрение возможности введения института страхования лесов от пожаров в РФ (или) создание внебюджетного страхового фонда охраны лесов от пожаров, как механизма распределения (снижения) риска возникновения лесных пожаров.

Результаты исследования. Земли лесного фонда занимают около 70 % территории нашей страны, но в Конституции РФ нет статей, которые бы выделяли этот ресурс в качестве государствообразующего, есть только общее упоминание о природных ресурсах.

Ежегодно на охрану лесов от пожаров, регионам России не хватает нескольких десятков миллиардов денежных средств из бюджета. За 2020 год дефицит составил около 40 % [4].

На превентивные мероприятия, в странах-лесных державах, тратятся суммы, превышающие в несколько десятков раз финансирование в России, несмотря на меньшие площади лесов.

Существующая система учета расходов, не отражает фактических затрат на охрану лесов от пожаров, так как финансирования не хватает на выполнение всех предусмотренных работ в полной мере.

Экономическая сторона охраны лесов от пожаров, в частности порядок финансирования, в настоящее время, подчиняется правилам, принятым в прошлом столетии.

На мероприятия по охране лесов в Ленинградской области выделяется только 17 % из общего объема денежных средств, направленных на мероприятия лесного плана [2]. При этом наибольший удельный вес в источниках финансирования охраны лесов от пожаров приходится на средства арендаторов лесных участков.

Лесное законодательство РФ переложило основное бремя затрат по превентивным мероприятиям на частный бизнес, что противоречит природе предпринимательства и говорит о недостаточном объеме финансирования этого вида деятельности из федерального бюджета.

Существующее экономическое и материальное стимулирование, нацелено на увеличение объемов финансирования и не отвечает интересам государства, лесничеств и арендаторов лесных участков.

Сохранение лесов на надлежащем уровне, как показывает зарубежный опыт, возможно с помощью механизма страхования.

Страхование лесов от пожаров распространено в различных странах. В Швейцарии, система страхования охватывает около 25 % лесного фонда и около 85 % лесов, используемых в коммерческих целях, в Китае – 46 %, в Норвегии – 35 %, Финляндии – 40 %, Дании – 50 % [4].

Страхование лесов за рубежом является добровольным и может быть применено только к частным лесам, на основании письменного договора.

Налаженный процесс страхования лесов от пожаров в европейских странах обоснован в первую очередь наличием ясной законодательной базы.

Исторически сложилось, что в России страхование лесов на корню в различные периоды не получало развития из-за существовавших причин, сдерживающих данный процесс.

На сегодняшний день в России также не существует страхования лесов от пожаров, ни Лесной кодекс РФ, ни другие федеральные законы его не предусматривают.

В странах, где страхование лесов присутствует, существует два типа страховых программ: страхование от огня и страхование от других рисков. Для российских условий наиболее подходит программа страхования лесов от огня.

Участниками страховых отношений, при введении института страхования лесов от пожаров будут являться: собственник лесов – государство (выгодоприобретатель), в лице федерального и регионального уровня органов управления; страхователи – арендаторы; страховщики – страховые компании.

В случае страхования лесов от пожаров, речь может идти об ответственности лесопользователя за причиненный вред собственнику лесов – государству. Но в условиях отсутствия частной собственности, получение реальной оценки стоимости имущества не представляется возможным ввиду отсутствия оборота земель лесного фонда и законодательного запрещения купли-продажи лесов.

Важное условие договора — это определение рисков, при которых страховщик обязан компенсировать ущерб от лесных пожаров. Риски могут быть связаны как с субъективными причинами, зависящими от деятельности страхователя, так и причинами, связанными с природными явлениями.

Страховой тариф необходимо рассчитывать с использованием теории вероятности, так как лесные пожары носят случайный характер.

В первую очередь необходимо определить страховой тариф (брутто-ставка)

(формула 1), состоящий из двух частей: нетто-ставка (T_n) – часть страхового тарифа для текущих страховых выплат; нагрузка (H) – часть страхового тарифа для создания резерва и проведения затрат на страхования [5].

$$T_6 = T_n + H \quad (1)$$

Для определения нетто-ставки необходимо применить формулу 2.

$$T_n = T_o + T_p, \quad (2)$$

где T_o – основная часть тарифной нетто-ставки;

T_p – рискованная надбавка.

Основная часть нетто-ставки определяется по формуле 3.

$$T_o = 100 * \frac{S_b * q}{S}, \quad (3)$$

где S_b – средний размер возмещения;

q – вероятность наступления страхового случая;

S – средняя страховая сумма.

При наличии статистических данных, величины q , S_b , S рассчитываются по формулам 4,5,6.

$$q = \frac{M}{N}; \quad (4)$$

$$S = \frac{\sum_{k=1}^n S_{bk}}{N}; \quad (5)$$

$$S_b = \frac{\sum_{i=1}^M S_{bk}}{M}, \quad (6)$$

где M – количество страховых случаев;

N – количество договоров, заключенных за определенный период в прошлом;

S_i – страховая сумма при заключении i -го договора, $i=1, 2, 3, \dots, N$;

S_{bk} – страховое возмещение при k -ом страховом случае, $k=1, 2, 3, \dots, M$.

В настоящее время, нет готовых страховых продуктов, которые бы позволяли реализовать страхование лесов от пожаров в России. В первую очередь нет реальной статистики по сумме материального ущерба от пожаров и вероятности наступления рисков.

Если при государственной форме собственности на леса, страхование лесов от пожаров не представляется возможным, то следует говорить о создании внебюджетного фонда для тех же целей.

В отраслях, где существует страхование как добровольное, так и обязательное, формируются страховые или резервные фонды, предназначенные для предупреждения, локализации и возмещения ущерба в случае наступления рисков [1].

При создании внебюджетного страхового фонда в лесном хозяйстве, плательщики (лица, предоставляющие наибольшую пожарную опасность, при проведении работ на территории лесного фонда) будут перечислять по определенным ставкам денежные средства, которые впоследствии должны быть израсходованы на мероприятия по сохранению лесов от пожаров.

Следует говорить именно о создании, в первую очередь, внебюджетного страхового фонда на федеральном уровне, основанного на принципе платности за сохранение лесного фонда, за возможно создаваемую пожароопасность в лесу [3]. Целью создания такого фонда является участие в сохранении лесов как

национального достояния. Также возможно формирование внебюджетного фонда на уровне субъектов РФ.

Выводы. Существующий экономико-правовой механизм в области охраны лесов существенно не изменялся с прошлого столетия, а система финансирования не отражает реальных потребностей, для реализации задач по охране лесов от пожаров с целью устойчивого управления.

Недостаток бюджетных средств на охрану лесов, и несовершенная система экономической организации в лесничествах, приводит к невозможности стимулирования работников данной сферы в достижении наилучших результатов.

Механизм страхования лесов от пожаров в зарубежных странах, применяется только при частной собственности на леса, не востребован при государственной.

Недостатком новых страховых отношений в области охраны лесов от пожаров будет являться отсутствие интереса в деле сохранения лесов у арендаторов лесных участков-плательщиков страховых взносов, в условиях государственной собственности на леса.

Так как страхование лесов при государственной собственности на леса невозможно, то внедрение внебюджетного страхового фонда охраны лесов от пожаров, может стать новым источником финансовой поддержки охранных мероприятий, в условиях государственной собственности на леса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Журнал Профессионалов ЛПК. – URL: <https://lesprominform.ru/> (дата обращения: 16.09.2021).
2. Комитет по природным ресурсам Ленинградской области. – URL: <https://nature.lenobl.ru/ru/> (дата обращения: 16.09.2021).
3. Петров В. Н. Лесная политика и охрана лесов / В. Н. Петров. – СПб. : Наука, 1998. – 253 с.
4. Российская газета – издание Правительства Российской Федерации. – URL: <https://rg.ru/> (дата обращения: 16.09.2021).
5. Страхование : учебник / [Е. Г. Князева, О. А. Бойтуш, Т. Д. Одиноква, Е. А. Разумовская, Л. И. Юзвович, Ю. Т. Ахвледиани]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. Ун-та, 2019. – 241 с.

© В. Н. Петров, А. В. Докучаева

**ФОРМИРОВАНИЕ АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ
НА ЭКОНОМИКУ ЛЕСОЗАГОТОВОК**

**THE FORMATION OF RENTS AND THEIR IMPACT
ON THE ECONOMICS OF LOGGING**

Петров В. Н., д. э. н., профессор
Дягиль Д. Э., обучающийся группы ЛБМ-Эк-20-1
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

V. N. Petrov,
Doctor of Economic Sciences, Professor
D. E. Diagil, student, gr. LBm-Ek-20-1
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассмотрено формирование арендной платы при заготовке древесины. Указаны составные части арендной платы. Приведен пример расчета арендной платы. Показан удельный вес арендной платы в себестоимости лесозаготовок.

Annotation

The article deals with the formation of rents for timber harvesting. The constituent parts of the rent are indicated. The example of rent payment calculation is given. The specific weight of the rent in the cost of timber harvesting is shown.

Ключевые слова: арендная плата, лесозаготовки, ставка платы, себестоимость лесозаготовок.

Keywords: rent, logging, fee rate, cost of logging.

Введение. Вопросы формирования стоимости леса на корню в условиях государственной собственности на леса остаются актуальными на протяжении последних десятилетий.

Данная тема актуальна с теоретической точки зрения, поскольку раскрытие экономической природы арендной платы позволяет получить новые знания для определения стоимости объектов недвижимости, имеющих рентный характер.

С практической точки зрения справедливое установление арендной платы формирует баланс экономических интересов между государством (пополнение госбюджета) и частным бизнесом (получение прибыли).

Цель исследования. Показать этапы формирования арендной платы за право пользования при заготовке древесины.

Для достижения указанной цели были решены следующие задачи:

- рассмотрены этапы формирования арендной платы;
- сделан расчет арендной платы для условий Ленинградской области;
- показано влияние арендной платы на себестоимость лесозаготовок.

Результаты исследования. В результате исследования было установлено, что арендная плата состоит из трех частей:

- начальная федеральная цена, которая устанавливается административным путем, и является дифференцированной для всех лесов страны (руб./куб. м.);
- региональная цена, которая получается путем увеличения начальной федеральной цены на единый для всего региона повышающий коэффициент. Данный коэффициент учитывается административным путем правительством субъекта РФ на леса определенного региона;
- рыночная цена, которая получается за счет увеличения региональной цены по результатам проведения аукциона или конкурса.

Окончательно установленная цена за право пользования представляет собой соединение административных начал и рыночного ценообразования. Она действует на протяжении всего срока пользования, но не учитывает меняющихся условий лесозаготовок.

Региональные органы управления лесами организуют аукционы по продаже права пользования лесным участком [2]. Расчет ежегодной арендной платы происходит путем умножения объема расчетной лесосеки на максимальную цену за право пользования.

Каждая из частей арендной платы поступает в соответствующий бюджет: первая в федеральный, вторая и третья – в региональный.

Ежегодно Правительство РФ повышает начальную федеральную ставку в одностороннем порядке, что указывается в каждом договоре аренды лесного участка. Таким образом, в 2017 г. ставка платы была увеличена в 1,51, в 2018 г. – 2,17, в 2019 г. – 2,38, в 2020 г. – 2,62 раза [5].

Существует большой риск для лесозаготовительного бизнеса, учитывая, что ежегодное повышение ставок приводит к повышению затрат на заготовку древесины и, таким образом, не дает возможности планировать экономику лесному бизнесу.

Ставки платы за использование лесных ресурсов устанавливаются в зависимости от того, где расположен лесной участок и какие у него породно-размерные характеристики древостоя. Ставки арендной платы напрямую связаны с качественными характеристиками древесины: деловая древесина (мелкая, средняя, крупная) и дровяная древесина.

Примерный расчет арендной платы за право пользования лесным участком рассмотрим для состава лесонасаждений – 4Е2С2Б2Ос, с расстоянием вывозки 50 км, разряд такс – 4 (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет арендной платы для условий Ленинградской области (средние величины)

Показатель	Деловая древесина				Дрова и техсырье	Всего
	крупная	средняя	мелкая	итог		
Ель						
Выход древесины, %	29	44	16	89	11	100

Показатель	Деловая древесина				Дрова и техсырье	Всего
	крупная	средняя	мелкая	итог		
Ель						
Объем вывозки, тыс./куб. м	11,6	17,6	6,4	35,6	4,4	40
Ставка арендной платы, руб./куб. м	75,9	54,9	27,9	-	2,7	-
Стоимость леса на корню, тыс./куб. м.	881,1	996,2	178,6	2055,9	11,8	2067,7
Сосна						
Выход древесины, %	30	45	15	90	10	100
Объем вывозки, тыс./куб. м	6	9	3	18	2	20
Ставка арендной платы, руб./куб. м	85,5	61,2	30,9	-	3,6	-
Стоимость леса на корню, тыс./куб. м	513	769,5	92,8	1375,3	6,12	1381,4
Береза						
Выход древесины, %	24	36	8	68	32	100
Объем вывозки, тыс./куб. м	4,8	7,2	1,6	13,6	6,4	20
Ставка арендной платы, руб./куб. м	42,6	30,9	15,3	-	3,1	-
Стоимость леса на корню, тыс./куб. м	204,6	222,9	24,5	452,0	19,6	471,6
Осина						
Выход древесины, %	28	21	6	55	45	100
Объем вывозки, тыс./куб. м	5,6	4,2	1,2	11	9	20
Ставка арендной платы, руб./куб. м	9,4	6,3	3,1	-	0,9	-
Стоимость леса на корню, тыс./куб. м	52,4	26,5	3,7	82,6	8,1	90,7

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Ставки арендной платы для Ленинградского лесотаксового района приведены в соответствии с постановлением Правительства РФ [5].

Арендная плата за год (АП_{год}, тыс. руб.) рассчитывается по формуле:

$$АП_{\text{год}} = \sum_i^n * \sum_j^m Q_{ij} * a_{ij},$$

$$\text{где } Q_{ij} = Q_{\text{выб}} * \frac{Y_i}{100} * \frac{Y_j}{100};$$

i – порода древесины;

j – группа крупности деловой древесины;

Q_{выб} – объем вывозки древесины i-ой породы j-ой группы крупности деловой древесины и дровяной, тыс./куб.м.;

a_{ij} – ставка арендной платы древесины i -ой породы j -ой группы крупности, тыс./куб. м.;

Y_i – удельный вес i -ой породы насаждений, назначенных в рубке, %;

Y_j – удельный вес j -ой крупности деловой древесины и дров конкретной породы древесины, %.

Увеличение ставки арендой платы ведет к снижению рентабельности лесозаготовительных производств.

Общие затраты на лесное хозяйство у арендаторов лесных участков Ленинградской области сопоставимы с затратами на арендную плату и составляют примерно 10 % от себестоимости лесозаготовок 1 куб. м. древесины [1].

Затраты на ведение лесного хозяйства включают:

- подготовку почвы под лесные культуры;
- посев и посадка лесных культур;
- уход за лесными культурами;
- мероприятия по защите лесов от вредителей и болезней;
- мероприятия по предупреждению лесных пожаров и др.

Как показывают исследования лесоэкономистов, стоимость леса на корню в зарубежных странах, превышает арендную плату, формируемую для отечественных условий [4].

Выводы. Арендатор лесного участка вносит арендную плату только за право пользования, а не за само пользование;

– удельный вес арендной платы в себестоимости лесозаготовок составляет около 10 %;

– механизм формирования арендной платы состоит из 2-х частей: административной и рыночной, что характерно для стран с переходной экономикой;

– арендная плата не связана с рыночными ценами на круглую древесину и продуктами ее переработки;

– для совершенствования механизма формирования арендной платы необходимо связать ее величину с динамически меняющимися ценами на круглую древесину или продуктами ее переработки;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Безпалько А. Р. Анализ влияния налоговой нагрузки на экономические результаты предприятий // Леса России: политика, промышленность, наука, образование / материалы шестой Всероссийской научно-технической конференции. Т. 1. – Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2021. – 280 с.

2. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 N 200-ФЗ (ред. От 02.07.2021). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64299/ (дата обращения: 03.10.2021).

3. Лесной план Ленинградской области на 2019-2028 годы. – 2018. –URL: https://zinref.ru/000_uchebniki/04600_raznie_13/369_Lesnoi_plan_Leningradskoi_2019_2028/001.htm (дата обращения: 30.09.2021).

4. Петров В. Н. Сравнительный анализ экономических показателей лесного хозяйства России и Финляндии / В. Н. Петров, Е. Т. Каткова // Экономический журнал ВШЭ. – 2018. – Т. 22, № 2. – С. 294–319. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

sravnitelnyy-analiz-ekonomicheskikh-pokazateley-lesnogo-hozyaystva-rossii-i-finlyandii (дата обращения: 04.10.2021).

5. Постановление Правительства РФ от 22.05.2007 N 310 (ред. От 06.01.2020) «О ставках платы за единицу объема лесных ресурсов и ставках платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_68813/ (дата обращения: 03.10.2021).

© В. Н. Петров, Д. Э. Дягиль

УДК 630*9:97

**ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ
ЛЕСНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ
В РЕСПУБЛИКЕ АЗЕРБАЙДЖАН**

**LEGISLATIVE BASES OF REGULATION OF FOREST
RELATIONS IN THE FIELD OF FOREST MANAGEMENT
IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

Петров В. Н., д. э. н., профессор
Мухтарова С. С.,
обучающаяся группы зЛБМ-ГосМ-19-1
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

V. N. Petrov.,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. S. Mukhtarova, student, gr. zbm-Gsm-19-1
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассмотрены основы лесного законодательства Азербайджанской Республики. Приведены сведения о распределении земель лесного фонда.

Annotation

The article discusses the basics of forest legislation of the Republic of Azerbaijan. Information on the distribution of forest fund lands is provided.

Ключевые слова: земли лесного фонда, Лесной кодекс Азербайджанской Республики, устойчивое управление лесами, охрана, защита, воспроизводства лесов, права пользования участками лесного фонда.

Keywords: forest fund lands, Forest Code of the Republic of Azerbaijan, sustainable forest management, protection, reproduction of forests, rights to use forest fund plots.

Введение. Основу устойчивого ведения лесного хозяйства определяет лесное законодательство, которое устанавливает правила поведения субъектов

лесных отношений. Наряду с системой лесного законодательства не последнюю роль играют традиции и обычаи ведения лесного хозяйства. Соотношение между этими важными элементами может приводить к балансу интересов основных участников лесных отношений: государства, частного бизнеса и населения, а может породить дисбаланс.

Цель исследования. Анализ и оценка системы лесного законодательства Республики Азербайджан в области лесопользования.

Результаты исследования. Дефицит лесных ресурсов в Республике Азербайджан послужил основной причиной формирования лесного законодательства, возглавляет Лесной кодекс Азербайджанской Республики (далее – ЛК АР), согласно которому земли лесного фонда законодательно закреплены за государством, т.е. находятся в государственной собственности.

Согласно ст. 11 ЛК АР «Формы собственности на лесной фонд», земли лесного фонда и произрастающая на них древесно-кустарниковая растительность принадлежит государству и является его собственностью [4].

Граждане имеют право беспрепятственно посещать леса, такая норма закреплена ст. 13 «Лесные сервитуты» (право пользования других лиц лесными землями в определенном объеме).

Структура земель лесного фонда Азербайджанской Республики представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура земель лесного фонда Азербайджанской Республики, тыс. га

Источник: составлено авторами по [1].

Декларативная часть ЛК АР, в части использования лесов, говорит о многофункциональном назначении лесов (одновременное использование лесных участков различными лицами, для различных целей с учетом экологического значения лесов) [4].

В Азербайджанской Республике общая площадь лесов составляет 1213,7 тыс. га или 11,8 % от общей площади страны. На одного жителя приходится 0,12 га [2; 3].

Распределение лесов по классам возраста также разнообразно. Молодняки занимают – 11,2 %, средневозрастные – 63,3 %, приспевающие – 13,4 %, спелые и перестойные – 12,1 % [5].

Согласно ст. 15 ЛК АР основаниями права пользования участками лесного фонда являются: контракты, договора, судебные решения, другие основания допускаемые ЛК АР. Пользование лесными ресурсами основано на разрешительном принципе.

ЛК АР ст. 16 указывает, что права пользования участками лесного фонда осуществляется на основании договора аренды участка (земель) лесного фонда, билета на вырубку леса, ордера и лесного билета. Лесопользователь имеет право предоставить право пользования участком лесного фонда на договорной основе лицу, не являющемуся его правопреемником с согласия арендодателя в случаях и на условиях, установленным лесным законодательством Азербайджанской Республики. Такая конструкция лесного законодательства аналогична лесным отношениям в области лесопользования, которые были закреплены федеральным лесным законом России 1993 г.

В соответствии со ст. 17 ЛК АР реализация права пользования участками лесного фонда осуществляется беспрепятственно, если это не приводит к ухудшению состояния лесов и земель лесного фонда, не наносит вреда окружающей среде, а так же не ущемляет законные интересы других лиц.

Согласно ст. 21 ЛК АР право пользования участками лесного фонда прекращается в результате расторжения договора аренды участка (земель) лесного фонда, изъятия билета на вырубку леса, ордера или лесного билета.

ЛК АР ст. 4 определяет, что лесные отношения на землях лесного фонда регулируются лесным и земельным законодательством [4].

Выводы. Лесное законодательство Республики Азербайджан с лесохозяйственной и законодательной точек зрения удачно дает определение лесу: взаимосвязанные и оказывающие влияние друг на друга в своем развитии земли, воды, древесно-кустарниковые растительности, животные и микроорганизмы.

Определение лесу является базовым любого лесного закона, что дает юридическую основу строить лесные отношения на принципах устойчивого ведения лесного хозяйства, с учетом экологического значения лесов. Все леса Азербайджанской Республики отнесены к лесам первой группы с многочисленными категориями защитности. Такое деление определяет особенности лесопользования.

Особенностью ЛК АР является включение в него норм из области бюджетного права, а именно, содержит статьи о лесном доходе, порядке его формирования, о фонде защиты и воспроизводства лесов, поощрениях и льготах работников лесного хозяйства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Долханов А. Основы устойчивого управления лесами Республики Азербайджан: биоэкологические проблемы / А. Долханов, Л. Дадасова, А. Караев. – Баку : Наука, 2012. – 232 с. Dolxanov A., Dadasova L., Qarayev A., Azərbaycan meselerinin davamlı idareedilməsinin esaslari: bioekoloji telebler: Tebiet elimleri. – Bakı : Elm, 2012. – 232 s.
2. Ибрагимов И. Экономика окружающей среды: Учебное пособие. – Баку : Наука, 2017. – 357 с. İbrahimov İ., Ətraf mühitin iqtisadiyyatı: Dərs vəsaiti. – Bakı.: Elm, 2017. – 357 s.
3. Леса Азербайджана: Azərbaycan meşələri https://az.wikipedia.org/wiki/Az%C9%99Azərbaycan_me%C5%9F%C9%99l%C9%99ri (дата обращения: 26.06.2021).
4. Лесной кодекс Азербайджанской Республики. Azərbaycan Respublikasının Məşə Məcəlləsi. <http://azkurs.org/azerbaycan-respublikasnn-mese-mecellesi-qebul-edilmisdir-30-de/html> (дата обращения: 12.09.2021)
5. Салманов С. Министерство экологии и природных ресурсов Азербайджанской Республики. – URL: <http://www.unecce.org/fileadmin/DAM/timber/meetings/2019/20190528/2019-kyrg-forestcong-natper-azerb.pdf> Презентация. 05.05.2019.

© В. Н. Петров, С. С. Мухтарова

УДК 330.01

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ РЫНОК В УСЛОВИЯХ ПОСТОЯННЫХ РИСКОВ И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

THE ENERGY MARKET UNDER CONSTANT RISKS AND UNCERTAINTIES

Тимонина В. И., аспирант
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

V. I. Timonina, Postgraduate student
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

В статье автором анализируются существующие и важные риски на рынке энергоресурсов. Понимание рисков и их глубокий анализ помогают прийти к единому пониманию угроз, которые существуют в энергетической сфере, сформировать адекватную и эффективную программу действий, направленную на снижение данных рисков. Влияние неблагоприятных событий на энергетический рынок и, как следствие, на экономику в целом дает возможность проанализировать конечные результаты реализации рисков при тех или иных сценариях развития мирового рынка энергии.

Abstract

The article analyses existing and important risks in the energy market. Risk understanding and in-depth analysis help to develop a common understanding of the threats that exist in the energy sector and to establish an adequate and effective programmer of action to reduce these risks. The impact of adverse events on the energy market and, as a result, on the economy as a whole, provides an opportunity to analyses the results of the realization of risks in different scenarios of the world energy market.

Ключевые слова: макроэкономические риски, энергетический рынок, спрос и предложение, инвестиции, технологии, восстановление.

Keywords: macroeconomic risks, energy market, demand and supply, investment, technology, recovery

Введение. Риски – неблагоприятные события, которым подвержены все отрасли экономики, включая энергетическую отрасль. Риски возникают в процессе производства и транспортировки продукции. Одни из них формируют неопределённость при ценообразовании конечной продукции на первичные энергоносители, другие – при перераспределении потоков инвестиций в те или иные направления развития энергетического рынка [1].

Настоящее время – это время рисков, которые связаны с инвестированием в долгосрочные энергетические проекты. Переход на новые технологии характеризуются осложнением неопределённости возможных итогов развития инноваций. К тому же, это время высокой неопределённости конъюнктуры рынков энергоресурсов и перспектив социально-экономического развития.

Цель исследования. Раскрыть сущность и причины возникновения рисков на энергетическом рынке, показать их влияние на энергобезопасность стран.

Результаты исследования. Неопределённости развития рынка связаны с резкими изменениями цен в зависимости от положения как производителей, так и потребителей. Изменения цен, особенно их повышение, оказывают негативное влияние на экономический рост, поскольку высокая цена может вызвать снижение темпов роста экономики в странах, которыми являются нетто-импортёрами энергоносителей. Вследствие этого, происходит спад в мировой экономике в целом, что затрагивает, в свою очередь, интересы стран нетто-экспортёров энергоресурсов [2].

1) Финансово-экономическая нестабильность и трудность прогнозирования в настоящее время

Основным дестабилизирующим фактором для энергетического рынка в последнее время стало резкое сокращение спроса на нефть. В первую очередь – со стороны транспортного сектора (автомобили и авиаперевозки), который оказался наиболее уязвим из-за карантинных мер по всему миру.

Потребление природного газа снижалось на основных рынках ещё до пандемии, в основном из-за рекордно мягких температур в северном полушарии. В Европе более тёплая погода привела к снижению спроса на природный газ примерно на 2,6 % в течение первого квартала 2020 г. по сравнению с первым кварталом 2019 г. Похоже, что возобновляемые источники энергии являются единственными источниками, спрос на которые рос в первом квартале 2020 г., а инвестиции в возобновляемые источники энергии были более устойчивыми во время кризиса, чем в ископаемое топливо.

Меры по борьбе с пандемией привели в 2020 г. к значительному снижению объемов потребления газа для генерации электроэнергии в Европе, но по странам динамика различается. Во Франции, Великобритании, Италии и Испании спрос на газ в электроэнергетике в марте-апреле снизился к аналогичному периоду предыдущего года на 23–28 %. В ФРГ и Нидерландах, продолжающих использовать значительные объемы угля для выработки электроэнергии, основная

доля снижения потребления пришлась именно на уголь. Объем газовой электрогенерации в Нидерландах остался на уровне аналогичного периода 2018 г., а в Германии даже вырос на 5 %.

По Азиатско-Тихоокеанскому региону оперативные индикаторы потребления газа, включая генерацию электроэнергии, недоступны для анализа. О масштабах снижения спроса здесь можно судить лишь по динамике импорта СПГ, остающегося для многих стран АТР, за исключением Китая, главным или единственным источником импортного природного газа. В Японии, Южной Корее и Тайване вместе взятых импорт СПГ в апреле сократился к предыдущему месяцу на 20 %, по отношению к апрелю 2019 г. – на 4 %. Многие импортеры АТР инициировали процесс пересмотра своих обязательств по долгосрочным импортным контрактам. Индийская государственная компания Petronet даже объявила в конце марта форс-мажорную ситуацию по отношению к поставкам из Катара и Австралии. Корейская KOGAS в марте-апреле провела переговоры с ключевыми поставщиками СПГ на корейский рынок с целью отсрочить намеченные на май-октябрь поставки [3].

Китай в феврале 2020 г., по данным McKinsey, сократил импорт СПГ на 7 % относительно того же месяца 2019 г. В начале месяца нефтегазовая компания CNOOC объявила форс-мажорную ситуацию по своим срочным контрактам на импорт СПГ. В начале марта аналогичные действия предприняла PetroChina. Однако уже в апреле-мае китайский импорт СПГ восстановился: в марте он вышел на уровень аналогичного периода предыдущего года, а в апреле даже превысил его на 25 % [3].

В целом в 2020 г. потребление газа в мире, по оценке Международного энергетического агентства (МЭА), сократится к уровню 2019 г. на 5–6 %. При этом негативное влияние последствий пандемии на мировой спрос на газ ожидается и в долгосрочном периоде. К 2025 г. мировой спрос на газ, согласно МЭА, вырастет относительно уровня 2019 г. на 9 %, что почти на 2 % ниже докризисного прогноза.

Однако, как только цены на газ начнут восстанавливаться, а ситуация с возможными второй и последующими волнами пандемии станет более определенной, большинство отложенных проектов СПГ с высокой вероятностью будут возобновлены, в первую очередь находящиеся на продвинутых стадиях подготовки. Этому будут способствовать продолжающееся совершенствование СПГ-технологий, сокращение сроков реализации проектов по мере развития инфраструктуры, а также возможность привлечения финансовых ресурсов под относительно низкие процентные ставки. Так, Катар сохраняет планы принять в 2020–2021 гг. по своим новым проектам (с участием ConocoPhillips, ExxonMobil, Royal Dutch Shell, Total, возможно, Chevron и Eni) совокупной годовой мощностью 49 млн т, хотя отодвинул срок их планируемого запуска в полном объеме на 2027 г. [4]. Катар давно стремится нарастить экспортную нишу на всех рынках, особенно в Европе. В мае стало известно, что Катар совместно с ExxonMobil запросил у Федеральной комиссии по регулированию в области энергетики (FERC) разрешение на увеличение мощности строящегося в США (штат Техас) терминала Golden Pass, по которому в 2019 г. было принято ОИР, на 2,5 млн т/год.

Мировой экономический кризис и пандемия усилили конкуренцию между трубопроводным и сжиженным природным газом на европейских рынках. В этой ситуации по ряду причин лучшие шансы имеет СПГ. По данным McKinsey, в марте-апреле 2020 г. совокупная торговля СПГ в мире снизилась относительно первых двух месяцев года на 9 %, хотя несколько превысила уровень аналогичного периода 2019 г. Основной объем снижения пришелся на страны АТР, в то время как в Европе импорт СПГ в марте и апреле 2020 г. вырос по сравнению с аналогичными месяцами 2019 г. на 18 и 7 % соответственно. В частности, Португалия, несмотря на снижение потребления газа в апреле к аналогичному периоду прошлого года на 28 %, сохранила импорт СПГ на уровне апреля 2019 г., прекратив закупки трубопроводного газа из Алжира [3].

Конкуренция за газовый рынок Европы будет усиливаться и между поставщиками трубопроводного газа, причем в борьбу могут включиться новые ближневосточные игроки. К середине 2020-х годов туда может прийти газ с израильского месторождения Leviathan (извлекаемые запасы – 450 млрд куб. м). Израиль, Кипр и Греция наметили строительство подводного Восточно-Средиземноморского газопровода, который свяжет Leviathan с Грецией и далее через планируемый газопровод Посейдон с Италией. Намечены поставки в объеме 10 млрд куб. м, впоследствии они могут быть удвоены [4].

2) Риск недоинвестирования в 2020–2021 гг.

Распространение пандемии привело к полному провалу данных прогнозов, поскольку началось такое падение инвестиционной активности в энергетическом секторе, которого, как минимум, не было за последние 50 лет. По оценкам ряда экспертов, за 2020 г. падение инвестиций в энергетическом секторе составило около 20 % или 400 млрд долл. От капитальных затрат по итогам предыдущего года. Практически вся инвестиционная деятельность столкнулась с рядом проблем данного мирового кризиса, в частности, поскольку произошло ограничение в передвижении людей, товара, транспорта и в работе оборудования. Однако, с наиболее значительными проблемами в рамках инвестиционных расходов столкнулась нефтяная отрасль. Данная проблема, в первую очередь, связана со снижением доходов из-за падения спроса на энергоносители (топливо) и цен на них, а также с ростом степени неопределенности в рамках развития данного сектора энергетики

3) Риски энергетического перехода

Государственные доходы от налогообложения нефти и газа упали в мире до многолетнего минимума в 2020 г. из-за снижения добычи и падения цен, составив около 560 млрд долл., до пандемии налоговые поступления от нефти и газа обычно превышали отметку в триллион долларов. По оценкам Rystad Energy, доходы никогда не вернуться к былому уровню в связи с ускоряющимся энергетическим переходом, и 2021 г. станет последним, когда соответствующие налоговые поступления приблизятся к триллионной отметке.

С 2022 года поступления будут ограничены потолком в 800 млрд долл., в начале 2030-х годов они увеличатся примерно до 900 млрд долл., прежде чем начнется их окончательное и непрерывное снижение до 580 млрд долл. В 2040 г. и примерно 350 млрд долл. В 2050 г.

Э. Эрлингсен, руководитель отдела исследований в области разведки и добычи в Rystad Energy полагает, что: «По мере ускорения энергетического

перехода у стран, сильно зависящих от налоговых поступлений от нефтедобывающей промышленности, может не быть другого выбора, кроме как диверсифицировать свою экономику для поддержания государственных бюджетов. Очевидно, что это рациональный курс для них, но они сталкиваются с проблемами в виде недостаточных экономических и правовых институтов, инфраструктуры и человеческого капитала» [5].

Поэтому чем раньше будут осознаны риски энергетического перехода, тем лучше с ними можно будет справиться. Структурные изменения будут иметь решающее значение для стабилизации экономик, зависящих от нефти, и избегания геополитической нестабильности, поскольку глобальные энергетические системы переходят на устойчивый путь.

Ценовой риск (лежащий в основе риска доходов) является центральным фактором риска энергетического перехода. Чтобы понять риски, важно знать, каких цен на нефть следует ожидать в рамках каждого из ключевых сценариев.

Выводы. Высока вероятность, что под влиянием коронакризиса тренды декарбонизации, децентрализации и цифровизации усилят влияние и дадут дополнительный импульс энергетическому переходу. Кроме того, все чаще со стороны правительств и международных организаций звучат призывы к низкоуглеродному пути восстановления экономики после коронакризиса.

Дальнейшее восстановление может пойти по «традиционной траектории» или по пути «ускорения энергоперехода». В первом сценарии спрос на углеводороды, подстегиваемый низкими ценами на нефть в ближайшие годы, начнет быстро восстанавливаться, и рынки неизбежно почувствуют колоссальный провал в инвестициях в кризисные годы, который приведет к новому скачку нефтяных и газовых цен. В свою очередь растущие цены на углеводороды снова подстегнут интерес к альтернативным источникам энергии и росту энергоэффективности. В сценарии «ускоренного энергоперехода» массивная господдержка будет направляться на стимулирование «зеленой» энергетики, давая преимущество отраслям, конкурирующим с нефтегазом, и увеличивая давление на спрос.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Barton B., Redgewell C., Ronnel A., Zillman D. (2004). Energy Security. Managing Risk in a Dynamic Legal and Regulatory Environment. Oxford University Press. [Online]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/32896847_Energy_Security_Managing_Risk_in_a_Dynamic_Legal_and_Regulatory_Environment (June 20, 2021).

2. Taleb N. N. (2010). The Black Swan: Second Edition: The Impact of the Highly Improbable / N. N. Taleb // Random House Publishing Group; 2nd ed. Edition. – 444 p.

3. Global energy markets in a changing world order. [Online]. – URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/mirovye-energeticheskie-rynki/> (June 25, 2021).

4. Qatar Pushing ahead with LNG Expansion despite Slumping Demand. Financial Times. [Online]. – URL: <https://www.ft.com/content/e34141cb-c487-4a72-aba6-2de6c041574f> (July 05, 2021).

5. Global petrostates can forget trillion-dollar oil and gas tax revenues as energy transition bites. – URL: <https://www.rystadenergy.com/newsevents/news/press-releases/global-petrostates-can-forget-trillion-dollar-oil-and-gas-tax-revenues-as-energy-transition-bites/> (July 15, 2021).

© В. И. Тимонина

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСАМИ**

ECONOMIC EFFICIENCY OF PUBLIC FOREST MANAGEMENT

Филинова И. В., к. э. н.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет имени С. М. Кирова»,
Институт лесного бизнеса и инноватики, г. Санкт-
Петербург

I. V. Filinova, Candidate of Economic Sciences
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Forest Business and Innovation,
Saint-Petersburg

Аннотация

Рассмотрен финансовый механизм, формируемый системой лесного законодательства в лесном хозяйстве. Показаны финансовые потоки от использования лесов. Рассчитана экономическая эффективность государственного управления лесами.

Annotation

The financial mechanism formed by the system of forestry legislation in forestry is considered. Financial flows from the use of forests are shown. The economic efficiency of state forest management is calculated

Ключевые слова: управление лесами, платежи за лесопользование, лесное хозяйство, бюджетные средства, экономическая эффективность.

Keywords: forest management, payments for forest use, forestry, budgetary funds, economic efficiency.

Введение. Новая экономическая политика государства в области лесного хозяйства, началу которой положил федеральный лесной закон 1993 года, основана на бюджетном финансировании всей системы государственного управления лесами и поступлении средств за пользование лесами от частного бизнеса [1; 2]. Такая, на первый взгляд, простая система на практике оказалась малоэффективной, приводящей к скрытым межбюджетным конфликтам и недоимкам. Для обоснования высказанных замечаний необходимы экономические расчеты, показывающие соотношение между существующими прямыми и обратными финансовыми потоками. Тема актуальна как с теоретической, так и с практической точек зрения. Полученные результаты могут служить основой для принятия органами законодательной власти поправок к лесному законодательству. С теоретической точки зрения, полученные выводы позволяют развить теорию оценки результатов управления, применительно к отраслевому ведомству.

Цель исследования. Анализ и оценка экономической эффективности государственного управления лесами на примере лесных субъектов Северо-западного федерального округа. Объектом исследования является система государственного управления лесами, предметом – финансовые потоки возникающие внутри этой системы.

Результаты исследования. Эффективность государственного управления лесами необходимо рассматривать с трёх взаимосвязанных точек зрения: экономической, экологической и социальной. Результаты данного исследования отражают только экономический аспект государственного управления лесами и являются составной частью комплексного научного направления кафедры лесной политики, экономики и управления СПбГЛТУ им. С. М. Кирова.

Исходными данными для экономических расчетов служила информация субъектов Северо-западного федерального округа, площадь лесов в которых составляет около 10 % от общей площади лесов страны, а поступления в бюджет – более 25 %. Детальные исследования и расчеты были проведены по каждому субъекту округа, здесь представлены укрупненные показатели и методика их расчета [3].

Ранее тема эффективности государственного управления поднималась на страницах лесозащитной литературы, как по отдельным регионам, так и по стране в целом [4; 5].

Методика расчета основана на соизмерении затрат и результатов, возникающих в лесном хозяйстве, при этом в статье не показана экономико-математическая зависимость влияния на эти основные параметры природных явлений и действий, различных природно-географических условий, наличие кадров и уровень развития экономики в регионах [6].

Экономическая эффективность государственного управления лесами – это соотношение между поступлениями от использования лесов к затратам на управление лесами.

Коэффициент эффективности рассчитан с учетом недоимок, образованных у лесопользователей. Недоимки снижают показатель эффективности. Результаты расчётов для федерального уровня управления представлены в таблице 1
Таблица 1 – Эффективность государственного управления лесами (федеральный уровень)

Год	Федеральный бюджет			
	Средства бюджета (субвенции), тыс. руб.	Платежи за использование лесов, тыс. руб.	Недоимка, тыс. руб.	Коэффициент эффективности управления лесами
2015	3 317 613,4	4 773 803,6	175 037,8	1,39
2016	3 174 203,4	5 176 358,7	126 191,0	1,59
2017	3 361 316,0	5 636 310,1	196 152,4	1,62
2018	3 720 190,8	7 844 708,7	148 816,3	2,07

Источник: составлено автором.

Результаты расчётов для регионального уровня управления лесами представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Эффективность государственного управления лесами (региональный уровень)

Год	Бюджеты субъектов СЗФО			
	Средства бюджета, тыс. руб.	Платежи за использование лесов, тыс. руб.	Недоимка, тыс. руб.	Коэффициент эффективности управления лесами
2015	1 517 833,2	2 088 631,8	65 776,7	1,33
2016	1 656 195,4	2 595 385,2	62 790,3	1,53
2017	1 718 577,4	2 948 386,6	129 463,1	1,64
2018	2 017 727,2	4 395 166,5	142 011,7	2,11

Источник: составлено автором.

Экономическое содержание коэффициента эффективности управления лесами – поступление платежей на 1 руб. бюджетных средств, затраченных на управление лесами.

Численные значения коэффициентов, указанных в таблицах 1 и 2 говорят о превышении поступлений от использования лесов над затратами на управление лесами. Такие расчеты не учитывают результатов лесохозяйственных мероприятий, эффект от которых проявится через десятилетия, что может значительно изменить такое соотношение.

Выводы. Федеральная собственность на земли лесного фонда и законодательное закрепление затратных полномочий в области лесных отношений за субъектами РФ не порождает интереса у последних к повышению эффективности управления лесами.

Соотношение между существующими финансовыми потоками прямыми (бюджетные средства) и обратными (поступления за право пользования лесами) экономически не обосновано.

Существующее распределение средств от пользования лесами между различными уровнями бюджетной системы приводит к скрытым межбюджетным конфликтам.

Для комплексной оценки эффективности управления лесами необходимо в динамике оценивать не только экономические, но и лесохозяйственные и социальные результаты.

Динамическая оценка комплексного результата управления лесами требует приведения разновременных затрат и результатов к одному времени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. "Основы лесного законодательства Российской Федерации" (утв. ВС РФ 06.03.1993 N 4613-1).

2. Economic and legal challenges in the development of forestry in Russia and ways to address them / V. Petrov, A. Beshpal'ko, E. Bogatova, I. Filinova // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science : IV scientific-technical conference "FORESTS OF RUSSIA: POLICY, INDUSTRY, SCIENCE AND EDUCATION", St. Petersburg, 22–24 мая 2019 года. – St. Petersburg : Institute of Physics Publishing, 2019. – P. 012051. – DOI 10.1088/1755-1315/316/1/012051.

3. Научное обоснование предложений по изменению лесной политики, экономическим отношениям и управлению лесным сектором с учетом региональных функций: отчет о НИР / СПбГЛТУ / Рук. В. Н. Петров. регистрационный номер НИОКТР АААА-А16-116042610015-5. – СПб: СПбГЛТУ, 2018. – 71 с.

4. Петров В. Н. Результаты государственного управления лесами Ленинградской области / В. Н. Петров, И. В. Филинова // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы : Сборник трудов V Всероссийской научно-практической конференции, Симферополь, 16–17 апреля 2020 года. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2020. – С. 260–264.

5. Петров В. Н. Экономическая эффективность управления лесами / В. Н. Петров, И. В. Филинова // Актуальные проблемы развития лесного комплекса : Материалы XVI Международной научно-технической конференции, Вологда, 05 декабря 2018 года / Ответственный редактор С. М. Хамитова. – Вологда : Вологодский государственный университет, 2019. – С. 210–212.

6. Петров В. Н. Эффективность оптимального использования лесных ресурсов / В. Н. Петров, И. В. Филинова // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА–2019): Сборник трудов II Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, Симферополь – Судак, 02–04 октября 2019 года / Научное редактирование В.М. Ячменевой. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2019. – С. 382–386.

© И. В. Филинова

УДК 336.01

ЗНАЧЕНИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

THE IMPORTANCE OF THE SERVICE SECTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Бекетова С. А., обучающаяся группы НАУ20-3
Рекс О. В., обучающаяся группы НАУ20-3
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. A. Beketova, student, gr. NAU20-3
O. V. Reks, student, gr. NAU20-3
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

С переходом российского государства к рыночной экономике, сфера услуг получила свое широкое и быстрое развитие. Сегодня сфера услуг является наиболее динамичной отраслью в экономике, как мировой, так и отечественной. Более чем за двадцать лет она показала, что способна выстоять любой кризис или экономические проблемы с минимальными потерями. Это доказала и пандемия коронавируса. Представляется актуальным и необходимым изучить, каков же масштаб влияния сферы услуг на отечественную экономику в целом.

Annotation

With the transition of the Russian state to a market economy, the service sector received its wide and rapid development. Today, the service sector is the most dynamic industry in the economy, both global and domestic. For more than twenty years, it has shown that it is able to withstand any crisis or economic problem with minimal losses. This has been proven by the coronavirus pandemic. It seems relevant and necessary to study the scale of the impact of the service sector on the domestic economy as a whole.

Ключевые слова: экономическая безопасность, критерии экономической безопасности, подходы к оценке экономической безопасности.

Keywords: economy, service sector, production, public catering, demand.

Введение. Национальная экономика состоит из нескольких блоков, каждый из которых выполняет свою функцию. Объем услуг в последнее время стремительно развивается на разных уровнях стран. Экономисты и политики делают выводы о степени экономического развития государства на основе количества занятых в этой сфере. Смысл такой позиции очевиден – если в сфере услуг большое количество людей, то сфера производства очень развита и может стать основой для работы сложных сетей в различных непроеизводственных сферах.

Цель исследования. Оценить значение сферы услуг в развитии российской экономики.

Результаты исследования. В первую очередь необходимо понять, что же представляют собой услуги. В экономической деятельности это определение является самым неоднозначным. Сложность заключается в том, что услугу невозможно ощутить, положить, перенести и т. д. Она осуществляется и потребляется в конкретное время – в момент оказания услуги. Следовательно, услугой можно считать [6, с. 81]:

- действия, влияющие на модернизацию состояния определенных объектов, которые уже были произведены (например, ремонт);
- труд, который в результате не производит материальных ценностей;
- процесс передачи информации в различных сферах, таких как наука, образование и т. д.;
- процесс улучшения внешнего облика человека (например, макияж, маникюр т. д.);
- способ удовлетворения человеческих потребностей и эмоций;
- способ улучшения психического, а также соматического состояния индивида.

Следовательно, услуги – это единство процесса, труда и результата. Если экономика – это система, которая постоянно меняет материальное состояние в сфере интересов человека, то сфера услуг призвана стимулировать развитие этой системы.

Сфера услуг – это область, в которой товары производятся в сфере экономики, и ее положительные эффекты отражаются в процессе создания. Производство ограниченных товаров делится на две области: материальное производство и сферы услуг. В первом случае потребление созданного товара

отделено от его производства, а во втором - объединено. До XX века сфера услуг была полностью исключена из сферы производства.

А. Смит отмечал, что: «Богатство общества полностью зависит от производительности труда, т. е. работ по производству материальных благ».

В последние годы экономика, как и другие сферы, подвергается влиянию цифровизации. Следовательно, происходит развитие цифровой экономики. Отсюда возникает вопрос, который до сих пор не изучен полностью – какова же взаимосвязь цифровой экономики и тенденций развития экономической системы в целом?

В последние десятилетия быстроразвивающиеся технологии внесли свой вклад в изменения в структуре занятости и поэтому вызывают множество вопросов у современных ученых, экономистов и политиков о перспективах занятости и последствиях использования автоматизации, робототехники и искусственного интеллекта для рынка труда.

Доля сферы услуг в современной структуре ВВП России стремительно растет. Крупнейшими секторами являются торговля и общественное питание (на их долю приходится 13 % ВВП), на транспорт приходится примерно 10,5 % ВВП, на финансы, кредит и страхование приходится 10%, а на связь – лишь немногим более 1 % [1]. Индустрия туризма быстро развивалась, включая гостиничный бизнес, банковское дело и страхование, индустрию потребительских услуг, индустрию быстрого питания, торговлю, медицину, образование, техническое обслуживание и строительные проекты.

На развитие сферы услуг в Российской Федерации влияют как положительные, так и отрицательные аспекты. Отрицательные аспекты – низкая конкуренция между сферой услуг и предприятиями, а также медленная реакция государственных предприятий сферы услуг на изменение потребительского спроса.

К положительным факторам можно относиться увеличение количества сервисных компаний, усиление негосударственных секторов экономики и появление иностранных конкурентов, имеющих опыт организации и оказания услуг на российском рынке. Важность сферы услуг в современной экономике можно объяснить их способностью быстро получать прибыль при минимальных затратах. Данное положение подчеркивается следующими факторами:

- высокий процент доходов от производимых услуг;
- невысокая материалоемкость;
- минимальный срок оплаты за услуги, которые были предоставлены.

Эти факторы определяют потребности развития сферы услуг в рыночной среде.

В условиях масштабных ограничений и снижения спроса рост цен на услуги в 2020 году был достаточно небольшим всего 2,7 %. В условиях карантинных ограничений изменился спрос на внутренний туризм, что частично повлияло на рост цен, например, на медицинские услуги – более чем на 4,3 %. По итогам 2020 года жилищно-коммунальные услуги (рост на 3,5 %), бытовые услуги (рост на 3,3 %) и услуги связи (рост на 3,1 %) также являются лидерами роста цен [5].

Таблица 1 – Социально-экономическое положение стран.

Ранг	Страна	Сфера услуг в ВВП, %*	ВВП ППС, трлн долл., 2019 г.**	Место по ВВП
1	США	77,4	21 439	2
2	Великобритания	71,0	3 131	9
3	Франция	70,3	3 061	10
4	Канада	70,2	1 900	16
5	Япония	69,1	5 747	4
6	Испания	67,7	1 941	15
7	Италия	66,3	2 443	12
8	Бразилия	62,6	3 456	8
9	Германия	61,8	4 444	5
10	Мексика	60,1	2 628	11
11	Таиланд	56,9	1 383	20
12	Иран	54,4	1 471	18
13	Турция	54,3	2 347	13
14	Россия	54,1	4 349	6
15	Республика Корея	53,6	2 320	14
16	Китай	52,2	27 309	1
17	Египет	51,4	1 391	19
18	Индия	49,1	11 326	3
19	Саудовская Аравия	48,4	1 899	17
20	Индонезия	43,4	3 737	7

Источник: составлено авторами по материалам [7].

Из-за более жестких и долгосрочных ограничений больше страдают компании сферы услуг - в пиковый период ограничений спрос на платные услуги населению упала почти на 40 %. Несмотря на постепенное улучшение, к концу года падение все еще составило более 10% (минус 12,5% в декабре). В целом спад в секторе платных услуг за год достиг самого высокого уровня за всю историю с 1999 года, достигнув 17,3 % [2].

В целом в сфере услуг дефицит составляет 18,3 миллиарда долларов США, что значительно лучше, чем за аналогичный период 2019 года (36,7 миллиарда долларов США). Наибольшее сокращение наблюдалось в импорте услуг (на 36,4 %) из-за значительного сокращения объема выездных туристических и транспортных услуг; снижение экспорта услуг было относительно небольшим (28,1 %) [2].

Среди 20 ведущих стран с крупнейшей экономикой на сферу услуг приходится самая большая доля ВВП США – более 77 %, в Соединенном Королевстве – 71 % и Франции – 70 % (см. таблицу 1).

Доля сектора услуг в ВВП России на порядок ниже – 54 %, Китая – 52% и Индии – 49 % [6].

Страны, у которых есть собственная промышленность и развитое сельское хозяйство, независимые от сезонных рабочих и зарубежных рынков, наименее подвержены влиянию кризиса. Во время пандемии промышленные товары и

продукты питания получают приоритетное значение, а развлечения, досуг и шопинг попадают в категорию отложенного спроса [4, с. 3–7].

Представляется интересным рассмотреть в сфере услуг более подробно сферу общественного питания, так как она является одной из самых популярных сфер, оказывающих услуги населению. Общественное питание – динамично развивающаяся отрасль экономики. Поскольку общепит затрагивает интересы практически всех людей, он быстро откликнулся на рыночный спрос. Под общественным питанием подразумевается отрасль народного хозяйства, которая занимается производством и реализацией полуфабрикатов и готовых блюд. Эта индустрия особо чувствительна к экономическим изменениям. Так, экономический кризис в 2014 году оказал существенное влияние на структуру общественного питания в Российской Федерации. На рисунке 1 видно, что на рынке общественного питания был наибольший объем транзакций в 2012 году.

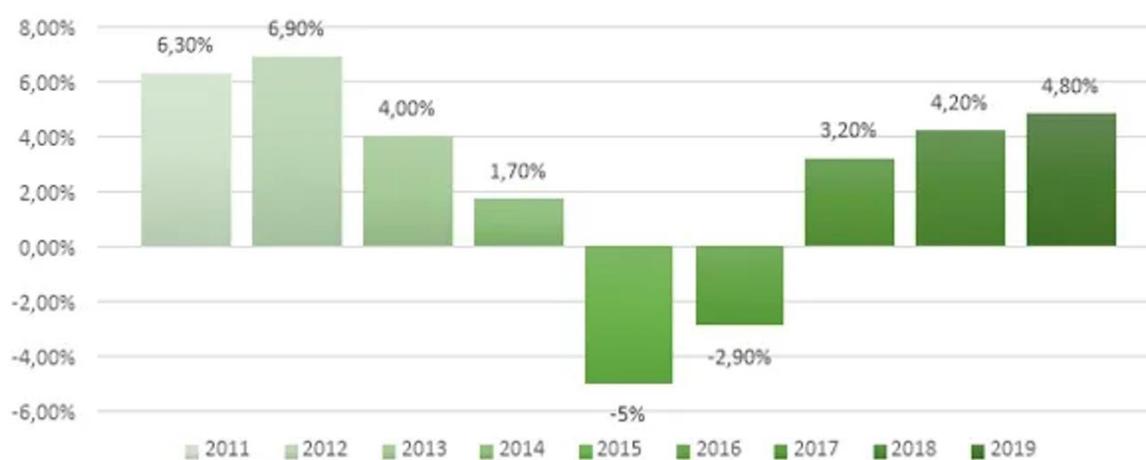


Рисунок 1 – Динамика оборота рынка общественного питания РФ, % за период с 2011 по 2019 гг.

Источник: составлено авторами по материалам [3].

Стоит отметить, что с 2014 по 2016 год данный показатель снижался. Компании данной индустрии понесли серьезные убытки, а многие из них были вынуждены закрыться вовсе. Как уже было сказано выше, причина в экономическом кризисе. С 2017 по 2019 год наметилась положительная динамика рынка общественного питания. В условиях современного экономического развития оборот рынка общественного питания стремительно рос. По итогам 2019 года оборот предприятий общественного питания увеличился на 4,5–4,8 %. Но в 2020 году кризис, вызванный новой пандемией коронавируса, разразился снова [1, с. 53].

Из-за ограничений, связанных с пандемией, заведения общественного питания могут работать только в форме доставки еды или еды на вынос.

С января по октябрь 2020 года оборот общественного питания составил 1,078 трлн рублей, что на 21,9 % меньше, чем за аналогичный период 2019 года. По данным Росстата, за 11 месяцев 2020 года оборот российского рынка общественного питания упал на 21 % до 1,21 трлн рублей [3].

Выводы. Таким образом, сфера услуг в российской экономике занимает ключевое положение. Ее процент в структуре национального ВВП составил 54 %

по состоянию на 2019 год. Это говорит о том, что больше половины ВВП приходится именно на сферу оказания услуг. Оно и понятно, так как в условиях постсоветского общества, которое с каждым годом развивается в аспекте цифровизации, сфера услуг является наиболее динамичной и быстро меняющейся отраслью.

Пандемия коронавируса также оказала негативное влияние на сферу услуг общественного питания, однако за счет своей гибкости и способности к быстрым тенденциям и изменениям, данная сфера услуг пострадала меньше всего.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акимова Р. А. Анализ состояния и тенденции развития рынка общественного питания в России / Р. А. Акимова // Молодой ученый. – 2021. – № 10 (352). – С. 51–53.
2. Гаджиева А. Г. Цифровизация и занятость: роль отраслей сектора услуг // Инновации. – 2018. – № 2 (232). – С. 61–70.
3. Оборот рынка общепита в России в 2020 году упал на 21% [Электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/10661273> (дата обращения: 25.09.2021).
4. Попов Д. А. Общественное питание современной России: утраты и приобретения // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – С. 1–8.
5. Сидоров А. А. Развитие сферы услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики // Теоретическая и прикладная экономика. – 2021. – С. 35–43.
6. Сутягин В. С. Место и роль сферы услуг в процессе трансформации российской экономики // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – 2006. – С. 79–101.
7. Федеральная служба государственной статистики. Социально-экономическое положение России — 2020 г. [Электронный ресурс] – URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_01/Main.htm (дата обращения: 20.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, С. А. Бекетова, О. В. Рекс

УДК 330.122

СОСТОЯНИЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ: ВОПРОСЫ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

THE STATE OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE ECONOMY IN THE NEW REALITY: EXPORT AND IMPORT ISSUES

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Бекетова С. А., обучающаяся группы НАУ20-3
Чеснокова А. А., обучающаяся группы НАУ20-3
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
S. A. Beketova, student, gr. NAU20-3
A. A. Chesnokova, student, gr. NAU20-3
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

От уровня развития аграрного сектора экономики государства зависит благосостояние граждан страны. Сельское хозяйство обеспечивает страну необходимыми продуктами, от которых зависит жизнь и здоровье населения. Эта отрасль занимает важное положение в экономике любого государства. Однако кризисные явления, происходящие в нашем мире, всегда оставляют отпечаток на развитие экономики. Исключением не стала короновирусная пандемия, которая стала серьезным ударом для экономики всего мира. Как следствие представляется актуальным изучить состояние аграрного сектора в условиях новой реальности.

Annotation

The welfare of the country's citizens depends on the level of development of the agricultural sector of the state's economy. Agriculture provides the country with the necessary products, on which the life and health of the population depends. This industry occupies an important position in the economy of any state. However, the crisis phenomena occurring in our world always leave an imprint on the development of the economy. The coronavirus pandemic was no exception, which was a serious blow to the economy of the whole world. As a result, it seems relevant to study the state of the agricultural sector in the new reality.

Ключевые слова: экономика, аграрный сектор, сельскохозяйственная продукция, экспорт, импорт.

Keywords: economy, agro-industrial complex, agricultural products, export, import.

Введение. Пандемия и карантинные меры стали для большинства отраслей российской экономики тяжелым испытанием. Рекордно низкие показатели в промышленности и сфере услуг. Только российский АПК показал свою устойчивость и надежность даже в кризисный период. Тем не менее сельскохозяйственный сектор по-прежнему далек от идеала. Страна сталкивается с новыми вызовами. Играя важную роль в обеспечении продовольственной безопасности, сектор АПК проходит трансформацию, меняются правила и стандарты мировой торговли, возникают новые привычки потребления и модели приобретения продуктов.

Цель исследования. Проанализировать российский экспорт и импорт в условиях новой реальности, определить меры поддержания российского АПК.

Результаты исследования. Для того, чтобы разобраться в состоянии аграрного сектора в нашей стране представляется необходимым обратиться к показателям внешней торговли России, а также ее структуре.

Так по данным министерства сельского хозяйства на 19 сентября 2021 года структура экспорта продукции агропромышленного комплекса включает в себя такие статьи как продукция масложировой отрасли, зерновые, рыба и морепродукты, мясная и молочная продукция и прочие виды продукции. В частности, по продукции масложировой отрасли наблюдается значительный

рост – +45 % к уровню 2020 года, что в денежном отношении означает около 1500 млн долл. США. В общем итоге экспорт вырос на 18 % относительно прошлого года.

С чем же связаны такие высокие показатели? Во-первых, в этом году наблюдался достаточно высокий уровень урожайности зерновых культур. Показатели деятельности аграрных предприятий определены условием климата регионов, где они находятся. Домохозяйствам, которые находятся в южных районах, гораздо проще добиться высокого уровня урожая зерна, овощей и фруктов.

В остальных регионах аграрный сектор развивается в условиях непредсказуемых погодных условий, что часто отражается на показателях деятельности сельскохозяйственных предприятий. В этом году урожайность достигла около 90 % – это продовольственное зерно, что говорит о том, что Россия будет обеспечена качественным хлебом на 2021 год. Во-вторых, увеличился объем торговли сельскохозяйственной продукцией с рядом стран, такими как Турция (+34 %), Южная Корея (+55 %) и Беларусь (+19 %). Однако, экспорт в такую азиатскую страну, как Китай, уменьшился на 7 %, что связано с введением мер по предотвращению распространению коронавируса. Общий экспорт составил 22382 млн долл. США, что на 18 % больше данного показателя по 2020 году [1].

Теперь обратимся к качественному составу российского экспорта по отраслям агропромышленного комплекса. Так экспорт подсолнечного масла составляет около 60 % от общего объема экспорта по продукции масложировой отрасли, что не удивительно (рисунок 1).

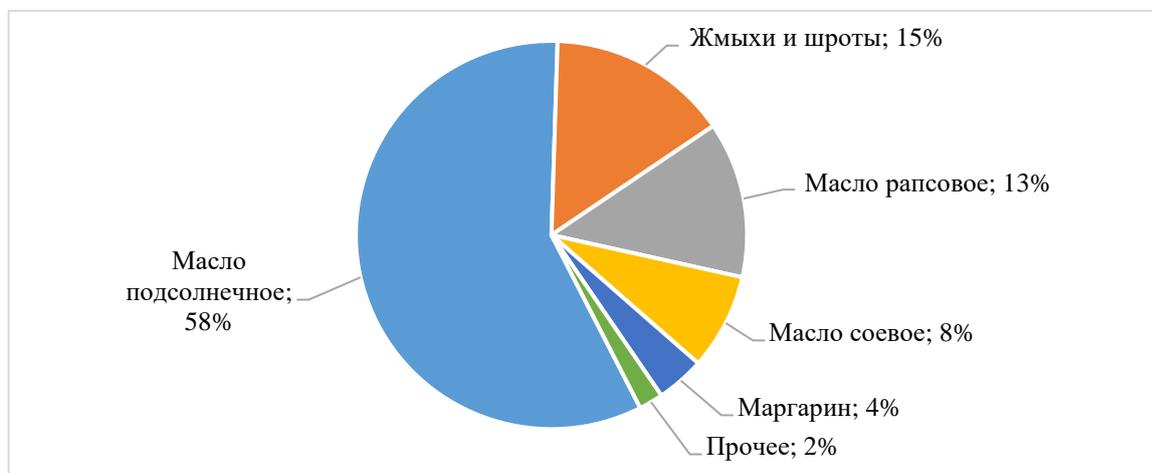


Рисунок 1 – Продукция масложировой отрасли
Источник: составлено авторами по материалам [1].

Исторически сложилась так, что в РФ и странах бывшего Советского союза преобладает именно употребление подсолнечного масла. И это связано с климатическими условиями юга нашей страны и многолетней практикой выращивания данной культуры. Среди зерновых традиционно лидирует пшеница (76 %), а в мясной и молочной продукции примерно одинаковые объемы занимают мясо птицы и свинина (около 30 %), что в свою очередь связано с социальными и экономическими явлениями в нашей стране: религия, которую

исповедует большинство россиян – христианство, которое не запрещает употребление свинины, как это делает ислам. Падение доходов и нестабильность цен на продукты АПК вынуждает граждан употреблять в пищу более дешевое мясо птицы нежели более дорогую свинину. Из этого следует ухудшение качества рациона. Это может плохо отразиться в долгосрочной перспективе на граждан и усугубить проблему несбалансированного питания.

Следующий шаг нашего исследования – анализ российского импорта. Что же ввозится в нашу страну в настоящий момент? По данным Росстата наша страна импортирует мясомолочные продукты, рыбу и другие морепродукты, фрукты, овощи, орехи и прочее. Так наибольший рост в этом году по отношению к предыдущему показала свинина свежая, охлажденная и замороженная – 144 % от 2020 года (2,5 тысячи тонн). Наряду с ней рост показал импорт рыбы и морепродуктов (123 %), колбас и продуктов мясопереработки (125 %) [2].

Ситуация со свининой довольно-таки парадоксальна, потому что Россия и экспортирует, и импортирует свиное мясо. Наиболее вероятным объяснением этого явления может быть то, что Россия ввозит мясо из Китая, которое дешевле и ниже по качеству, чем российское, а экспортирует собственное для получения экономических выгод. Также данная ситуация связана с тем, что поголовье свиней и свиноматок в Китае стремительно растет, вследствие чего цены на живых свиней упали на 65 %.

Другая ситуация с рыбой, фруктами, овощами и орехами. Данных продуктов просто не хватает на нашем рынке. Конечно, Россия экспортирует рыбу, но в российских морях попросту не водятся некоторые виды рыб из-за климатических условий. Та же ситуация и с фруктами и овощами. Они являются сезонными продуктами, урожайность которых приходится на летние и частично осенние месяцы, а фрукты, характерные для тропических стран, не могут расти на открытом грунте. Возможно, именно поэтому российский человек не потребляет норму овощей и фруктов по критериям Всемирной организации здравоохранения и Минздрава РФ.

Что касается стран, из которых наша страна импортирует продукты АПК, то к ним относятся Турция (5,7% за период январь-июнь 2021 г. относительно аналогичного периода в 2020 году), Китай (4,3 %), Бразилия (5,1 %), Эквадор (4,7 %), а также страны СНГ, из которых наиболее выделяется Беларусь (12,9 %) [3]. Поэтому у всех нас на слуху турецкие помидоры, китайская свинина, эквадорские бананы, бразильский кофе и белорусская молочная продукция. В то же время введенные продовольственные санкции нанесли заметный урон европейским производителям сельхозпродукции. В первую очередь пострадали поставщики рыбной и молочной продукции. Помимо этого, убытки понесли европейские экспортёры свинины и фруктов. Это связано с тем, что практически половина фруктов, которые страны Европы отправляли на экспорт, приходилось на Россию.

Но где же всеми нами любимые голландские сыры, норвежский лосось и французское вина? Эту ситуацию нам явно могут объяснить события 2014 года, связанные с Украиной и наступившими за ними санкциями от стран Европейского Союза и Соединенных Штатов Америки. В ответ на это наша страна начала проводить политику импортозамещения, что ослабило негативное влияния санкций. Но, несмотря на это, наша страна до сих пор не может полностью

обеспечивать себя продовольственной и прочими видами продукции. Поэтому Российские производители находят новые рынки сбыта своей продукции, а россияне теперь видят на полках товары с пока еще непривычными маркировками.

Мировые рынки АПК вынуждены адаптироваться к новой реальности. Будущее АПК однозначно связано с технологиями и роботизацией аграрного производства, стремительным развитием новых норм.

Что касается потребительского рынка стоит отметить неизбежный рост онлайн покупок и отказ от привычных мест покупок продуктов питания. Культура потребления продуктов заметно изменилась. Растет спрос на продукты длительного хранения. Это снижает вероятность заражения коронавирусом. Так, например, картофель, свекла, яблоки и цитрусы стали популярнее на рынке. А скоропортящиеся продукты становятся не интересны для потребителя. Из-за сокращения рабочих мест доходы потребителей значительно снизились, упал спрос на экзотические продукты – спаржа, манго, орехи и прочее. Все чаще потребитель готов отдавать предпочтение продуктам, повышающих иммунитет: лук, чеснок, мед. Потребитель беспокоится за безопасность, поэтому чаще выбирает продукцию в индивидуальной упаковке, расценивая ее как самую «безопасную». Все эти тенденции будут только усиливаться в ближайшее время.

Выводы. В результате проведенного анализа аграрного сектора в условиях новой реальности можно сделать вывод, что несмотря на сложные условия пандемии – нестабильность на валютном рынке, ограничение миграции трудовых ресурсов и потоков поставок – несомненным успехом российского АПК является поддержание роста сельскохозяйственного производства и его стремительное развитие [4].

С помощью:

- учета новых вкусов потребителей;
- пересмотра норм международной торговли;
- признания растущей важности онлайн-площадок, адаптация стратегий продвижения;
- рационального планирования сезонных работ;
- инноваций в АПК;
- поддержки уязвимых домохозяйств.

Стоит отметить, что вводимые странами меры поддержки АПК оказывают значительное влияние на мировую торговлю.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Министерство сельского хозяйства РФ [Электронный источник]: Оперативный обзор экспорта продукции АПК (данные по состоянию на 19 сентября 2021 года), 2021. – С. 1–2. – URL: <https://mcx.gov.ru/ministry/departments/departament-informatsionnoy-politiki-i-spetsialnykh-proektov/industry-information/info-operativnaya-statistika> (дата обращения: 27.09.2021).

2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный источник]: Импорт сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, 2021. – С. 8. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11188> (дата обращения: 27.09.2021).

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный источник]: География импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья для их производства, 2021. – С. 8. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11188>.

4. Шевелев А. С. Агропромышленный комплекс России [Электронный ресурс]. – М.: Лаборатория книги, 2018. – 41 с. – URL: https://business-library.ru/book_97359_Agropromyshlenniy_kompleks_Rossii_sovremennoe_sostoyanie_problemy_per_spektivy_razvitiya/ (дата обращения: 27.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, С. А. Бекетова, А. А. Чеснокова

УДК 330.15

**УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕМ
И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ ТОПЛИВНО-
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ**

**MANAGEMENT OF RESOURCE CONSERVATION
AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF FUEL
AND ENERGY RESOURCES**

Цхададзе Н. В., д. э. н., профессор
Иевлева А. И., обучающаяся группы НАУ20-4
Калуцкая Д. А., обучающаяся группы НАУ20-4
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Москва

N. V. Tskhadadze,
Doctor of Economic Sciences, Professor
A. I. Ievleva, student, gr. NAU-20-4
D. A. Kalutskaya, student, gr. NAU-20-4
Financial University under the Government of Russian
Federation, Moscow

Аннотация

В статье рассмотрены основные понятия управления ресурсосбережением и природопользованием топливно-энергетических ресурсов в мировой экономике, а также приведены соответствующие данные и факты, которые позволяют точно проанализировать качество управления в современном мире.

Annotation

This article will discuss the basic concepts of resource conservation and environmental management of fuel and energy resources in the world economy, as well as provide relevant data and facts, which allow us to accurately analyze the quality of management in the modern world.

Ключевые слова: управление, природопользование, ресурсосбережение, ресурсы, топливно-энергетические, энергоаудит

Keywords: management, environmental management, resource conservation, resources, fuel and energy, energy audit

Введение. В настоящее время остро встает вопрос о рациональном использовании природных ресурсов, которые с каждым годом стабильно уменьшаются в своем количестве. Поэтому сразу может возникнуть необходимость в управлении природопользованием.

Под управлением природопользования понимается то, как общество управляет поставками или доступом к природным ресурсам, от которых зависит его выживание и рост. Мы сильно зависим от природных ресурсов. Проблема поддержания стабильности доступа к ним, их непрерывная поставка всегда занимала одно из главных мест в функционировании общества всей планеты.

Цель исследования. Для определения эффективности экономики природопользования и выяснения существующих тенденций данной сферы, проведен анализ рациональности использования топливно-энергетических ресурсов, как в России, так и в других странах мира.

Результаты исследования.

Области изучения. Экономика природопользования нацелена на изучение коммерческого и рекреационного использования ресурсов. Обычно сферами изучения данного направления экономики являются: лесное хозяйство, полезные ископаемые и рыболовство. Однако в последнее время большое внимание стали уделять и другим ответвлениям: вода, воздух, глобальный климат. На основании исследований экономики природопользования затем строится политика в области охраны окружающей среды. В данной статье мы подробнее рассмотрели топливно-энергетические ресурсы, их управление и использование.

Рациональное использование топливно-энергетических ресурсов. Топливо-энергетические ресурсы – совокупность всех природных и преобразованных видов топлива и энергии. К данному виду ресурсов (ТЭР) часто относят: продукты переработки топлива, электроэнергию, нефть, природный газ и так далее [2].

Топливо-энергетические ресурсы служат одним из главных факторов, движущих научно-технический прогресс, но с каждым годом увеличивается потребление углеводородного сырья, а данный ресурс, к сожалению, исчерпаем. Поэтому многие страны ищут альтернативу данному ресурсу, который будет возобновляемым. На поиски решения данной проблемы, также подтолкнул и мировой энергетический кризис. Страны начали пересматривать свое отношение к потреблению топливно-энергетических ресурсов и менять политику в данной сфере.

Поэтому встает вопрос о рациональном использовании топливно-энергетических ресурсов. Что же это такое? Под данным термином понимают усовершенствованное освоение недр, их рациональное использование, стремление к максимальной эффективности их использования в современных условиях развития техники и технологий. За счет рационального использования топливно-энергетических ресурсов многие компании поддерживают свою конкурентоспособность и рентабельность [4].

Исследование. Рассмотрим потребление топливно-энергетических ресурсов в странах мира. Для начала стоит сделать замечку, что исследование потребления энергии проводилось в единицах Mtoe (англ. Megaton of oil equivalent) – нефтяной эквивалент.

На рисунке 1 можно точно заметить, какое огромное количество топливно-энергетических ресурсов в прошлом году потреблял Китай. На втором месте идет США, а затем Россия и Индия.

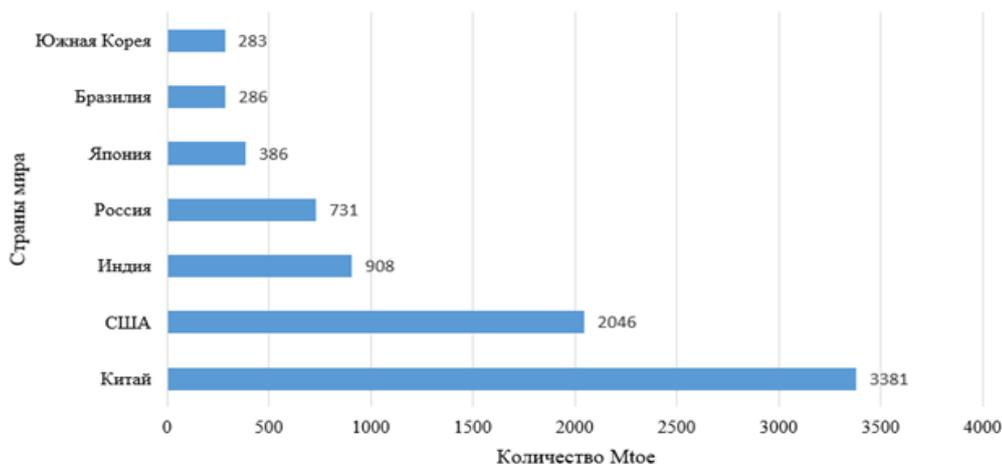


Рисунок 1 – Количество потребляемых единиц энергии за 2020 год в разных странах мира

Источник: составлено авторами на основе материалов [3].

По подсчетам Международного энергетического агентства (МЭА) потребление топливно-энергетических ресурсов вырастет еще больше к 2030 году, и тогда уже потребуется еще больше месторождений полезных ископаемых, которых в данное время стремительно начинает не хватать [1].

Отсюда и возникает проблема рационального потребления топливно-энергетических ресурсов на мировой арене.

Разработка программы энергосбережения. Энергоаудит. Для того, чтобы добыча и переработка топливно-энергетических ресурсов была более эффективной, естественно, нужны различные меры государственной поддержки и дальнейшая экономическая оценка изменений после реализации данных мер. Поэтому, важным шагом на пути эффективного использования энергетических ресурсов является энергоаудит – энергетическое обследование [5].

Так, энергоаудит помогает определить способы быстрого и эффективного снижения затрат, издержек на энергоресурсы, сокращать и убирать бесполезные, излишние расходы, усовершенствовать или изменить технологию производства. Данное направление энергетического обследования может стать ключом к конкурентоспособной борьбе на рынках данных ресурсов.

Выделяют несколько видов энергоаудита, отталкиваясь от целей, на которые они направлены. Это экспресс-аудит, инструментальное обследование, комплексный энерготехнологический аудит. Последнее направление является наиболее сложным и масштабным обследованием, но в то же время более эффективным. На его основе разрабатывается дальнейшая экономическая программа по улучшению её энергоэффективности.

Важной особенностью энергоаудита является глубокое изучение самого технологического процесса. Потому что, исходя из статистики потребления энергии предприятиями, больше все расходов приходится на технологическое

оборудование, которое задействовано в процессе производства и непосредственно потребляет энергию.

Энергоаудит также позволяет следить за деятельностью компаний, так как многие руководители издержки по потреблению включают в стоимость производимого товара, тем самым увеличивая цену продукта, что вредит потребителям и покупателям. Предприятия должны рационально использовать энергоресурсы, а не просто включать данные расходы в конечную стоимость товара.

В то же время для уменьшения расходов на энергию можно использовать альтернативные источники, такие как: ветряные станции, солнечные батареи. Исследуя опыт зарубежных стран, мы видим, что за счет данных источников энергии, компания обеспечивает себя данным ресурсом примерно на 65 % от всей необходимой электроэнергии.

Энергетическое обследование позволяет определить конкурентоспособность и рентабельность компании на рынке топливно-энергетических ресурсов.

Поэтому энергоаудит является важным инструментом управления природопользованием и ресурсосбережением в топливно-энергетической сфере.

Выводы. Топливо-энергетическое обеспечение стран всего мира является сложной и актуальной проблемой нашего времени. Решена она может быть только в комплексе принципов рационального, экономного использования имеющихся ресурсов, освоения нетрадиционных источников энергии, которые помогут решить вопрос исчерпаемости данных ресурсов, разработка и внедрение альтернативных ресурсосберегающих технологий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. IEA – International Energy Agency: [сайт]. – URL: <https://www.iea.org/> (дата обращения: 25.09.2021)
2. Актуальность энергосбережения. Государственная политика в области повышения эффективности использования энергии: учебное пособие. / В. Э. Чернова, Т. В. Шмулевич. – СПбГТУРП. СПб., 2014. – 68 с. (дата обращения: 24.09.2021)
3. Мировая статистика по потреблению энергии Enerdata: [сайт]. – URL: <https://yearbook.enerdata.ru/total-energy/world-consumption-statistics.html> (дата обращения: 25.09.2021).
4. О роли топливно-энергетического комплекса в экономике России / В. А. Малахов, К. В. Несытых // Экономический портал. – URL: <http://institutiones.com/industry/2950-o-rol-i-toplivnoenergeticheskogo-kompleksa-v-ekonomike-rossii.html> (дата обращения: 24.09.2021).
5. Экономика и управление природопользованием. Ресурсосбережение: учебник и практикум для вузов / А. Л. Новоселов, И. Ю. Новоселова, И. М. Потравный, Е. С. Мелехин. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 390 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12355-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469335> (дата обращения: 24.09.2021).

© Н. В. Цхададзе, А. И. Иевлева, Д. А. Калущая

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ И НАУЧНЫХ РУКОВОДИТЕЛЯХ

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
1	Абдулаев Магомед Зурабович	обучающийся 5 группы (уровень образования – бакалавриат) Факультета управления ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
2	Абсеутова Эльмаз Энверовна	обучающаяся группы Э-б-о-202 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
3	Авхадиева Эллина Амировна	обучающаяся группы М-1-19 (уровень образования – бакалавриат) Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
4	Антонова Алёна Александровна	кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
5	Апатова Наталья Владимировна	доктор экономических наук, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой бизнес-информатики и математического моделирования Физико-технического института ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
6	Ариштович Влада Владимировна	обучающаяся группы Ж-303 (уровень образования – бакалавриат) Филиала Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь
7	Актуганова Аделина Айдаровна	обучающаяся группы 14.1-861 (уровень образования – бакалавриат) Института управления, экономики и финансов, ФГАОУ ВО «Казанский (приволжский) федеральный университет», г. Казань
8	Баева Ольга Николаевна	кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента, маркетинга и сервиса Института управления и финансов ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет» г. Иркутск
9	Бакуменко Мария Александровна	кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Физико-технического института ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
10	Безпалько Анна Романовна	кандидат экономических наук, доцент кафедры лесной политики экономики и управления Институт лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
11	Безроднова Дарья Андреевна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета «Налогов, аудита и бизнес-анализа» ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
12	Бекетова Софья Александровна	обучающаяся группы НАУ20-3 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
13	Беркович Никита Денисович	обучающийся группы 20УП-38.03.02.01-01 (уровень образования – бакалавриат) ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
14	Богословский Алексей Станиславович	начальник отдела администрирования платежей Департамента лесного хозяйства по Северо-Западному федеральному округу г. Санкт-Петербург
15	Бойченко Олег Валериевич	доктор технических наук, профессор, профессор кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Физико-технического института ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
16	Боровых Кристина Олеговна	обучающаяся (уровень образования – аспирантура) ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь
17	Брагина Дарья Сергеевна	обучающаяся (уровень образования – бакалавриат) Гуманитарного факультета ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь
18	Бунчиков Олег Николаевич	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Экономики, философии и социальных дисциплин ФГБОУ ВО «Донской государственной аграрный университет», п. Персиановский
19	Бурдакова Галина Ивановна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент, маркетинг и государственное управление» факультета энергетики и управления ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет», г. Комсомольск-на-Амуре
20	Буценко Ирина Николаевна	кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
21	Бянкин Антон Сергеевич	старший преподаватель кафедры «Менеджмент, маркетинг и государственное управление» факультета энергетики и управления ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет», г. Комсомольск-на-Амуре
22	Василенко Екатерина Александровна	обучающаяся (уровень образования – аспирантура) Института транспорта (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», г. Москва
23	Василенко Марина Александровна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической и социальной теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения РФ, г. Ростов-на-Дону

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
24	Ваховская Маргарита Юрьевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
25	Вертий Егор Александрович	обучающийся группы НАУ20-7 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудит и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
26	Витульева Татьяна Александровна	научный сотрудник, старший преподаватель междисциплинарной кафедры Улан-Баторского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Улан-Батор, Монголия
27	Воробец Тарас Иванович	кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
28	Воробьева Александра Владимировна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
29	Высочина Марина Викторовна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
30	Гаврина Елена Андреевна	обучающийся группы М-м-о-211 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
31	Гагаринская Галина Павловна	доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Экономика и управление организацией» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
32	Гагаринский Александр Владимирович	кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление организацией» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
33	Галиев Ильсаф Илдарович	обучающийся группы ЗУПм-1-19 (уровень образования – магистратура) Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
34	Галиева Софья Илдаровна	обучающаяся группы 14.1-861 (уровень образования – бакалавриат) Института управления, экономики и финансов, ФГАОУ ВО «Казанский (приволжский) федеральный университет», г. Казань
35	Гамбеева Юлия Николаевна	старший преподаватель кафедры управления Филиала Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
36	Генералов Даниил Станиславович	обучающийся группы М-1-18 (уровень образования – бакалавриат) Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
37	Гирская Анна Анатольевна	обучающаяся группы М-м-з-191 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
38	Головина Валентина Игоревна	обучающаяся группы Э-м-о-201 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
39	Гомбалева Елена Валерьевна	обучающаяся группы зЛБМ-ГосМ-19-1 (уровень образования – магистратура) Институт лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
40	Грицунова Светлана Викторовна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
41	Громова Екатерина Борисовна	старший преподаватель кафедры журналистики Филиала Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь
42	Гусева Наталья	обучающаяся группы М-м-о-211 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
43	Дементьев Михаил Юрьевич	кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
44	Джуха Владимир Михайлович	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Инновационного менеджмента и предпринимательства, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
45	Докучаева Анастасия Вячеславовна	обучающаяся группы ЛБМ-Эк-20-1 (уровень образования – магистратура) Института лесного бизнеса и инноватики ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
46	Дягиль Дарья Эрастовна	обучающийся группы ЛБМ-Эк-20-1 (уровень образования – магистратура) Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) СПбГЛТУ «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
47	Ермаков Иван Александрович	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры логистики Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
48	Ермолаева Екатерина Дмитриевна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
49	Жильцова Дарья Валерьевна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
50	Зазыгин Сергей Павлович	обучающийся группы М-м-305 (уровень образования – магистратура) ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск
51	Заикина Ирина Вячеславовна	обучающаяся (уровень образования – магистратура) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
52	Иванюта Дмитрий Викторович	обучающийся группы Э-а-з-201 (уровень образования – аспирантура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
53	Игуменов Илья Максимович	обучающийся группы ИИЭиГО-10 (уровень образования – бакалавриат) Института инженерно-экономического и гуманитарного образования ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
54	Иевлева Алина Игоревна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
55	Инкина Анастасия Сергеевна	обучающаяся группы М-б-о-182 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
56	Калашникова Алина Александровна	обучающаяся группы Э-б-о-195 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
57	Калмыкова Ольга Юрьевна	кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и управление организацией» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
58	Калуцкая Диана Андреевна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудит и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
59	Калькова Наталья Николаевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
60	Камаева Елена Анатольевна	старший преподаватель кафедры «Бурение нефтяных и газовых скважин» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
61	Каневский Алексей Александрович	обучающийся группы ГМУ-б-о-191 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
62	Каратеев Владислав Сергеевич	обучающийся 5 группы (уровень образования-бакалавриат) Факультета управления ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
63	Карелин Павел Валериевич	обучающийся группы ЗМТД-19 (уровень образования – магистратура) Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
64	Катасонова Светлана Дмитриевна	обучающаяся группы У19-3 (уровень образования – бакалавриат) ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
65	Каткова Татьяна Евгеньевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
66	Каханова Мария Филипповна	обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1 (уровень образования – бакалавриат) Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
67	Кирильчук Светлана Петровна	доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
68	Китова Елена Борисовна	кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков для профессиональных целей Института мировой экономики и международных отношений (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
69	Князева Дарья Дмитриевна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудит и бизнес-анализа ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
70	Козьявкина Анна Сергеевна	обучающаяся (уровень образования – магистратура) Факультета менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
71	Кокшарова Алена Геннадьевна	обучающийся группы М-19-1 (уровень образования – бакалавриат) Института управления и финансов ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет» г. Иркутск
72	Кордина Ирина Васильевна	обучающийся группы Ммеж-20-1 (уровень образования – магистратура) Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
73	Корсунова Надежда Николаевна	обучающийся (уровень ВО – аспирантура) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
74	Корчагин Александр Александрович	обучающийся группы У19-3 (уровень образования – бакалавриат) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
75	Костюк Анна Александровна	обучающаяся группы М-м-3-191 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
76	Котова Светлана Александровна	обучающийся группы М-1-18 (уровень образования – бакалавриат) Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
77	Коцюбинская Марина Вячеславовна	обучающийся группы 1-Мм-2 (уровень образования – магистратура) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет», г. Санкт-Петербург
78	Кравченко Лариса Анатольевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
79	Кремнева Олеся Анатольевна	обучающаяся группы М-м-о-211 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
80	Кренева Кристина Анатольевна	обучающийся группы зЛБм-ГосМ-19-1 (уровень образования – магистратура) Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
81	Кручинин Илья Сергеевич	обучающийся группы Ммеж-20-1 (уровень образования – магистратура) Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
82	Крышня Анастасия Дмитриевна	обучающаяся группы Э-б-о-195 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
83	Кудрявцева Елена Юрьевна	обучающаяся группы М-б-о-182 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
84	Кузина Елена Леонидовна	доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмент качества Института транспорта (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», г. Москва
85	Лежнин Владимир Владимирович	кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», г. Йошкар-Ола
86	Литвинова Дарья Сергеевна	обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1 (уровень образования – бакалавриат) Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
87	Лобода Наталья Александровна	обучающаяся (уровень образования – бакалавриат) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
88	Ломаченко Татьяна Ивановна	доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры безопасности цифровой экономики и управления рисками ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва
89	Лукашов Сергей Олегович	обучающийся группы Э-б-о-192 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
90	Марданова Наталия Анатольевна	обучающаяся группы Логистика и управление цепями поставок (уровень образования – бакалавриат) Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
91	Маткасимов Махаммадзо-хиджон Закиржанович	обучающийся группы ОМ21-9 (уровень образования – магистратура) Института государственной службы и управления ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Москва
92	Махиянова Алина Владимировна	доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
93	Муравьева Наталия Николаевна	кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры теории и технологий в менеджменте Факультета управления ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
94	Мурасов Сулейман Диляверович	обучающийся группы Э-а-о-211 (уровень образования – аспирантура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
95	Мухтарова Сара Самир кызы	обучающийся группы зЛБм-ГосМ-19-1 (уровень образования – магистратура) Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
96	Никульчев Антон Анатольевич	младший научный сотрудник отдела экономического обеспечения ФГБНУ «Прикаспийский аграрный федеральный научный центр Российской академии наук», г. Астрахань
97	Новикова Наталья Владимировна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь
98	Осипова Елена Эдуардовна	кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента Высшей школы экономики, управления и права (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова», г. Архангельск
99	Османова Зарема Османовна	старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
100	Пантелеева Анастасия Сергеевна	обучающаяся (уровень образования – бакалавриат) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
101	Парыгина Елизавета Александровна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
102	Петров Владимир Николаевич	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой лесной политики, экономики и управления Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
103	Плотников Андрей Викторович	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь
104	Полухина Анна Николаевна	доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», г. Йошкар-Ола
105	Помогайбина Алла Юрьевна	обучающаяся (уровень ВО – аспирантура) Института инженерно-экономического и гуманитарного образования ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
106	Поротькин Евгений Сергеевич	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики промышленности и производственного менеджмента, ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
107	Приходько Игорь Игоревич	ассистент кафедры мировой экономики Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
108	Просяник Виктория Андреевна	обучающаяся группы М-м-о-211 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
109	Прядко Ирина Анатольевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры теории и технологий в менеджменте ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
110	Рачек Элина Сергеевна	обучающаяся группы 18Э (уровень образования – бакалавриат) Института экономики, управления и туризма ФГАОУ ВО «Балтийский Федеральный университет им. И. Канта», г. Калининград
111	Регид Ольга Игоревна	обучающаяся группы М-1-19 (уровень образования – бакалавриат) Института цифровых технологий и экономики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
112	Рекс Олеся Витальевна	обучающийся группы НАУ20-3 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
113	Рожковская Анна Николаевна	обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1 (уровень образования – бакалавриат) Института отраслевого менеджмента (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
114	Розанова Мария Александровна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
115	Рыбальченко Семён Ильич	обучающийся группы КЭ 18-01 (уровень образования – бакалавриат) Факультета комплексной безопасности ТЭК, ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва
116	Рыбников Андрей Михайлович	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
117	Салмина Александра Павловна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудит и бизнес-анализа ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
118	Святохо Наталья Валентиновна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
119	Севастьянова Оксана Васильевна	кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
120	Седых Юлия Анатольевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Инновационного менеджмента и предпринимательства, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
121	Сербулов Алексей Валентинович	доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и менеджмента Института экономики, управления и туризма ФГАОУ ВО «Балтийский Федеральный университет им. И. Канта», г. Калининград
122	Слушкина Юлиана Юрьевна	кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск
123	Сорока Александра Алексеевна	обучающаяся группы Логистика и управление цепями поставок (уровень образования – бакалавриат) Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
124	Стародумов Владислав Юрьевич	обучающийся группы 3-ИИЭиГО-3Ф-11М (уровень образования – магистратура) ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара
125	Степанова Валерия Александровна	обучающаяся группы МММеж-20-1 (уровень образования – магистратура) Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
126	Тимаев Руслан Абдурашидович	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
127	Тимонина Виктория Ивановна	обучающаяся (уровень образования – аспирантура) ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
128	Тимофеев Роман Андреевич	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
129	Титенко Евгения Александровна	обучающаяся (уровень образования – аспирантура) Института экономики и управления ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Кемерово
130	Трушковская Екатерина Дмитриевна	кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмента в строительстве ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет», г. Санкт-Петербург
131	Тюмина Анастасия Олеговна	обучающаяся группы ЛиУЦП 3-1 (уровень образования- бакалавриат) Института отраслевого менеджмента (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
132	Федюнина Елена Николаевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры агротуризма и сервисных технологий экономического факультета ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный аграрный университет», г. Волгоград
133	Филинова Ирина Вячеславовна	кандидат экономических наук, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института лесного бизнеса и инноватики (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург
134	Фокина Наталья Александровна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
135	Хазиахметова Гузель Азатовна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики производства Высшей школы «Открытый институт инновационного технологического и социального развития» Института управления, экономики и финансов ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань
136	Халипин Виктор Викторович	обучающийся группы КЭ 18-01 (уровень образования – бакалавриат) Факультета комплексной безопасности ТЭК, ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва
137	Хлебович Дарья Игоревна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента маркетинга и сервиса Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
138	Холмовский Станислав Геннадьевич	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
139	Хомутинников Алексей Иванович	обучающийся группы 32 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь
140	Хтейн Вин Аунг	обучающийся группы МЭК-23 (уровень образования – магистратура) ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева», г. Москва
141	Хузиева Эльмира Фарраховна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института цифровых технологий и экономики ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
142	Хумарян Зоя Мацаковна	обучающаяся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета «Налогов, аудита и бизнес-анализа» ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
143	Царенко Наталья Владимировна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
144	Цветкова Изабелла Ивановна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
145	Цхададзе Нелли Викторовна	доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента экономической теории ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
146	Чернобровкина Ева Денисовна	обучающаяся группы У-102 (уровень образования – бакалавриат) факультета экономики и управления Филиала Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь
147	Черноморченко Кристина Анатольевна	обучающаяся группы Э-б-о-185 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
148	Чеснокова Анна Алексеевна	обучающаяся группы НАУ20-3 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
149	Чубарков Илья Евгеньевич	обучающийся группы НАУ20-4 (уровень образования – бакалавриат) Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва
150	Шушунова Татьяна Николаевна	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева», г. Москва
151	Юдина Софья Сергеевна	обучающийся группы ЗМТД-19 (уровень образования – магистратура) Института управления и финансов (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск
152	Юркевич Камилла Юрьевна	обучающаяся группы М-б-о-182 (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
153	Юрьева Оксана Юрьевна	обучающаяся группы М-м-о-211 (уровень образования – магистратура) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
154	Якшин Владислав Александрович	обучающийся группы Э-б-о-195 (уровень образования – бакалавриат) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь
155	Ячменева Валентина Марьяновна	доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки и техники Республики Крым, заведующая кафедрой менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь

Количество публикаций – 96.

– по материалам научных проектов и госзадний – 5.

по секциям:

- Секция 1. Геоэкономика: современные вызовы – 6;
- Секция 2. Корпоративная и социальная ответственность бизнеса и власти – 8;
- Секция 3. Управление устойчивым развитием интегрированных бизнес-структур – 16;
- Секция 4. Цифровая экономика как приоритет государственной политики – 24;
- Секция 5. Непрерывное развитие человеческого капитала – 10;
- Секция 6. Финансы, банки, инвестиции – 12;
- Секция 7. Экономика и управление природопользованием и ресурсосбережением – 20.

Всего авторов и научных руководителей публикаций – 155 чел., в т. ч.:

Всего авторов публикаций – 151 чел., в т. ч.:

Профессорско-преподавательский состав – 61 чел., в т. ч.:

по должностям:

- заведующий кафедрой – 10 чел.;
- профессор – 7 чел.;
- доцент – 38 чел.;
- старший преподаватель – 5 чел.;
- ассистент – 1 чел.

по ученым степеням:

- доктор наук – 14 чел.;
- кандидат наук – 41 чел.

по ученым званиям:

- профессор – 11 чел.;
- доцент – 33 чел.

по образовательным организациям:

- Улан-Баторский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Улан-Батор – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «Балтийский Федеральный университет им. И. Канта», г. Калининград – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», г. Москва – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова», г. Архангельск – 1 чел.;
- ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону – 2 чел.;
- ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь – 20 чел.;
- ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск – 4 чел.;
- ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет», п. Персиановский – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань – 3 чел.;
- ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет», г. Комсомольск-на-Амуре – 2 чел.;
- ФГБОУ ВО «Ростовский государственный медицинский университет», г. Ростов-на-Дону – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону – 3 чел.;
- ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара – 4 чел.;
- ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет», г. Санкт-Петербург – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург – 4 чел.;
- ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный аграрный университет», г. Волгоград – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет», г. Йошкар-Ола – 2 чел.;
- ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева», г. Москва – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва – 1 чел.;

– Филиал Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь – 2 чел.

по регионам:

- Архангельская область – 1 чел.;
- Волгоградская область – 1 чел.;
- г. Москва – 5 чел.;
- г. Санкт-Петербург – 5 чел.;
- г. Севастополь – 2 чел.;
- г. Улан-Батор, Монголия – 1 чел.;
- Иркутская область – 4 чел.;
- Калининградская область – 1 чел.;
- Марий Эл – 2 чел.;
- Пермский край – 1 чел.;
- Республика Крым – 20 чел.;
- Республика Татарстан – 4 чел.;
- Ростовская область – 7 чел.;
- Самарская область – 4 чел.;
- Тверская область – 1 чел.;
- Хабаровский край – 2 чел.

Работодатели/специалисты – 1 чел., в т. ч.:

по должностям:

- начальник отдела администрирования платежей – 1 чел.

по организациям:

– Департамента лесного хозяйства по Северо-Западному федеральному округу – 1 чел.

по регионам:

- г. Санкт-Петербург – 1 чел.;

Научные сотрудники – 1 чел., в т. ч.:

по должностям:

- младший научный сотрудник – 1 чел.

по организациям:

– ФГБНУ «Прикаспийский аграрный федеральный научный центр Российской академии наук» – 1 чел.

по регионам:

- Астраханская область – 1 чел.;

Обучающиеся – 88 чел., в т. ч.:

по уровням высшего образования:

- аспирантура – 8 чел.;
- магистратура – 26 чел.;

– бакалавриат – 54 чел.

по образовательным организациям:

– ФГАОУ ВО «Балтийский Федеральный университет им. И. Канта», г. Калининград – 1 чел.;

– ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань – 2 чел.;

– ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва – 2 чел.;

– ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», г. Москва – 1 чел.;

– ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону – 3 чел.;

– ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь – 20 чел.;

– ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь – 2 чел.;

– ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Москва – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск – 6 чел.;

– ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва – 6 чел.;

– ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань – 5 чел.;

– ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Кемерово – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону – 5 чел.;

– ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара – 3 чел.;

– ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет», г. Санкт-Петербург – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С. М. Кирова», г. Санкт-Петербург – 5 чел.;

– ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева», г. Москва – 1 чел.;

– ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва – 19 чел.;

– Филиал Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в городе Севастополе, г. Севастополь – 2 чел.

по регионам:

– г. Москва – 30 чел.;

– г. Санкт-Петербург – 6 чел.;

– г. Севастополь – 2 чел.;

– Иркутская область – 6 чел.;

– Калининградская область – 1 чел.;

– Кемеровская область – 1 чел.;

– Мордовия – 1 чел.;

- Пермский край – 2 чел.;
- Республика Крым – 20 чел.;
- Республика Татарстан – 7 чел.;
- Ростовская область – 8 чел.;
- Самарская область – 3 чел.;
- Тверская область – 1 чел.

Всего научных руководителей – 4 чел., в т. ч.:

по должностям:

- доцент – 2 чел.;
- старший преподаватель – 1 чел.;
- ассистент – 1 чел.;

по ученым степеням:

- кандидат наук – 2 чел.

по ученым званиям:

- доцент – 1 чел.

по образовательным организациям:

- ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь – 2 чел.;
- ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск – 1 чел.;
- ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара – 1 чел.;

по регионам:

- Мордовия – 1 чел.;
- Республика Крым – 2 чел.;
- Самарская область – 1 чел.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ГЕОЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ.....3

Буценко И. Н., Головина В. И. Позиции и инструменты поддержки участия России и США в мировом товарном экспорте3

Витульева Т. А. Особенности механизма управления развитием приграничных территорий7

Калькова Н. Н. Городское пространство: особенности социальной мобильности и адаптации11

Новикова Н. В., Хомутильников А. И. Социальное предпринимательство как направление развития стратегического партнерства стран БРИКС17

Титенко Е. А. Анализ готовности учреждений к переходу на новую модель управления качеством услуг здравоохранения (на примере Томской области)22

Черноморченко К. А. Влияние пандемии коронавируса на российско-германскую торговлю26

СЕКЦИЯ 2. КОРПОРАТИВНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ30

Воробец Т. И. Интеграция концепции корпоративной социальной ответственности в систему управления предприятием.....30

Высочина М. В., Кудрявцева Е. Ю. Типологии корпоративной культуры33

Громова Е. Б., Ариштович В. В. Устойчивое развитие и медиаконтент о КСО в свете теории Н. Лумана38

Каневский А. А. Роль организации взаимодействия государственных и местных органов власти в обеспечении социально-экономического развития регионов43

Плотников А. В., Боровых К. О. Репутационное поле для стейкхолдеров47

Святохо Н. В. Принципы и модели государственно-частного партнерства в рыночной экономике.....50

Тимофеев Р.А., Генералов Д. С. Корпоративная и социальная ответственность бизнеса и власти55

Чубарков И. Е., Вертий Е. А. Механизмы корпоративной социальной ответственности на примере группы компаний Alibaba59

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ИНТЕГРИРОВАННЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР64

Антонова А. А., Юрьева О. Ю. Имиджевая политика в системе факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия64

Бойченко О. В., Иванюта Д. В. Меры повышения безопасности источников информации68

<i>Ваховская М. Ю., Просьяник В. А.</i> Сущность и специфические особенности категории «имидж предприятия»	72
<i>Дементьев М. Ю., Калашикова А. А.</i> Роль рыночных исследований в маркетинговой деятельности современных предприятий	76
<i>Дементьев М. Ю., Крышня А. Д.</i> Методы рыночных исследований и их использование на современном этапе развития экономики.....	81
<i>Дементьев М. Ю., Якишин В. А.</i> Рыночные исследования путем нейромаркетинга	85
<i>Зазыгин С. П.</i> Процесс глубоких изменений в организации	89
<i>Инкина А. С.</i> Факторный анализ в управлении эффективностью деятельности предприятия	93
<i>Китова Е. Б., Степанова В. А.</i> Положение мигрантов на французском рынке труда: современные тенденции в контексте истории	97
<i>Кокшарова А. Г., Баева О. Н.</i> Работа с персоналом как стратегическим ресурсом аутсорсинговой компании	101
<i>Полухина А. Н., Лежнин В. В.</i> Анализ современного состояния локальных систем туристско-рекреационной сферы для достижения целей устойчивого развития (на примере регионов ПФО).....	105
<i>Стародумов В. Ю.</i> Особенности стратегического управления закупками на предприятиях топливно-энергетического комплекса.....	110
<i>Хазиахметова Г. А., Актуганова А. А., Галиева С. И.</i> Моделирование маркетинга микс	114
<i>Хлебович Д. И., Кордина И. В.</i> Решение продавца об участии в маркетплейсе: факторы влияния	118
<i>Хлебович Д. И., Кручинин И. С.</i> Стратегические трудности создания компаний типа Born Globals	122
<i>Ячmeneва В. М., Гирская А. А., Костюк А. А.</i> Оптимизация бизнес-процессов на АО «Крымхлеб»	127
СЕКЦИЯ 4. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ПРИОРИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ	133
<i>Апатова Н. В.</i> Коммуникационные механизмы управления в цифровой экономике на основе кластеризации	133
<i>Бянкин А. С., Бурдакова Г. И.</i> Модель цифрового взаимодействия ВУЗа в экономической системе региона	137
<i>Гамбеева Ю. Н., Маткасимов М. З.</i> Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой экономики	142
<i>Гамбеева Ю. Н., Чернобровка Е. Д.</i> Реализация государственной программы г. Севастополя «Развитие информационного общества Севастополя» на примере Департамента архитектуры и градостроительства г. Севастополя.....	147

<i>Грицунова С. В., Лобода Н. А., Пантелеева А. С.</i> Маркетинг в эпоху цифровизации экономики: обзор тенденций.....	151
<i>Джуха В. М., Грицунова С. В., Заикина И. В.</i> Особенности бизнес-администрирования в условиях цифровизации бизнеса	154
<i>Ермаков И. А., Рожковская А. Н., Тюмина А. О.</i> Анализ улучшения рынка складирования в логистической системе Российской Федерации	159
<i>Кирильчук С. П., Мурасов С. Д.</i> Цифровая экономика как приоритетный фактор внешней среды, обеспечивающий конкурентоспособность современного инновационного предпринимательства	163
<i>Корсунова Н. Н.</i> Исследование банковского рынка для оценки возможных результатов внедрения инновационных технологий для обслуживания корпоративных клиентов	167
<i>Кремнева О. А., Царенко Н. В.</i> Цифровая культура организации: понятие и особенности	172
<i>Ломаченко Т. И., Рыбальченко С. И.</i> Современная система внутреннего контроля в условиях цифровой трансформации нефтегазового комплекса	176
<i>Ломаченко Т. И., Халипин В. В.</i> Инструментарий организации системы внутреннего контроля цифрового предприятия нефтегазового сектора	179
<i>Муравьева Н. Н., Абдулаев М. З., Каратеев В. С.</i> Анализ целевого рынка для цифрового стартапа (на примере копирайтингового агентства).....	182
<i>Осипова Е. Э.</i> Цифровая экономика в развитии судостроительного кластера Арктической зоны	185
<i>Плотников А. В., Брагина Д. С.</i> Предпосылки развития самозанятости в России	189
<i>Прядко И. А., Беркович Н. Д.</i> Бесконтактные NFC и QR технологии.....	192
<i>Рыбников А. М.</i> Развитие бизнес-моделей в предпринимательской интернет-среде	197
<i>Седых Ю. А., Пантелеева А. С., Лобода Н. А.</i> О современных формах маркетинговых коммуникаций	202
<i>Фокина Н. А.</i> Развитие процессов цифровизации экономики в Российской Федерации	205
<i>Холмовский С. Г., Карелин П. В., Юдина С. С.</i> Управление рисками при организации доставки товаров беспилотными транспортными средствами	210
<i>Цветкова И. И., Гусева Н.</i> Основные аспекты цифровизации трудовых отношений	214
<i>Цхададзе Н. В., Рекс О. В., Бекетова С. А.</i> Особенности рынка труда в условиях цифровой экономики	217

<i>Шушунова Т. Н., Хтейн Вин Аунг</i> Анализ влияния внедрения интернета вещей на эффективность управления организацией	221
<i>Ячменева В. М., Тимаев Р. А.</i> Значимость внутреннего контроля в условиях цифровизации экономики	225
СЕКЦИЯ 5. НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.....	229
<i>Воробьёва А. В., Салмина А. П.</i> Состояние человеческого капитала в России	229
<i>Гагаринская Г. П., Гагаринский А. В., Игуменов И. М.</i> Эффективная трудовая деятельность персонала – основа устойчивого развития предприятия	232
<i>Гагаринская Г. П., Калмыкова О. Ю., Камаева Е. А.</i> Кадровый риск-менеджмент как инструмент социально-ориентированного управления персоналом промышленной организации.....	236
<i>Галиев И. И., Махиянова А. В.</i> Образование как институт, участвующий в формировании человеческого капитала: оценка состояния и проблемы функционирования	241
<i>Кудрявцева Е. Ю.</i> Лояльность персонала как фактор повышения эффективности деятельности предприятия	245
<i>Помогайбина А. Ю.</i> Непрерывное развитие человеческого капитала на примере коммуникации в производственной структуре	249
<i>Севастьянова О. В., Гаврина Е. А.</i> Внутрифирменное обучение как фактор повышения стандартов производства и качества работы сотрудников	253
<i>Тимофеев Р. А., Котова С. А.</i> К вопросу о развитии человеческого капитала.....	257
<i>Хузиева Э. Ф., Регида О. И.</i> Стратегическое управление кадровым потенциалом современной организации.....	261
<i>Цхададзе Н. В., Розанова М. А., Корчагин А. А.</i> Актуальные проблемы гендерной асимметрии на рынке труда в России	264
СЕКЦИЯ 6. ФИНАНСЫ, БАНКИ, ИНВЕСТИЦИИ.....	269
<i>Авхадиева Э. А., Хузиева Э. Ф.</i> К вопросу о методах стратегического менеджмента в управлении инвестиционной деятельности предприятия	269
<i>Бакуменко М. А.</i> О возможностях и угрозах развития цифровой экономики в финансовой сфере.....	272
<i>Ермаков И. А., Сорока А. А., Марданова Н. А.</i> Инвестиции в логистике	276
<i>Кравченко Л. А., Абсеутова Э. Э.</i> Проектное финансирование: сущность, преимущества и сферы применения	279
<i>Лукашов С. О., Рыбников А. М.</i> Немного о теории частных и портфельных инвестиций.....	284

<i>Сербулов А. В., Рачек Э. С.</i> Стимулирование российской инвестиционной деятельности при регрессивных трендах мировой экономики	287
<i>Трушковская Е. Д., Коцюбинская М. В.</i> Развитие методов и инструментов управления стоимостью ремонтно-строительных работ	292
<i>Цхададзе Н. В., Безроднова Д. А., Хумарян З. М.</i> Вложение в акции: оправдан ли риск	297
<i>Цхададзе Н. В., Жильцова Д. В., Князева Д. Д.</i> Тенденции и перспективы развития иностранных инвестиций	300
<i>Цхададзе Н. В., Катасонова С. Д.</i> Прибыль и рентабельность организаций банковской сферы, пути их повышения	303
<i>Цхададзе Н. В., Парыгина Е. А., Ермолаева Е. Д.</i> Привлекательность и регулирование инвестиционной деятельности в России	307
<i>Ячменева В. М., Юркевич К. Ю.</i> Лизинг как партнерский источник финансирования деятельности предприятия	311
СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕМ	316
<i>Безпалько А. Р.</i> Экономические результаты деятельности лесозаготовительных предприятий	316
<i>Богословский А. С.</i> Анализ показателей эффективности в лесном хозяйстве и предложения по их совершенствованию	320
<i>Бунчиков О. Н., Джуха В. М., Козьякина А. С.</i> Эффективность деятельности и стратегия развития аграрного предпринимательства в экономике России	326
<i>Василенко М. А., Кузина Е. Л., Василенко Е. А.</i> Региональные особенности управления природопользованием	330
<i>Гомбалеvская Е. В.</i> Особенности системы государственного управления лесами в Российской Федерации	334
<i>Гомбалеvская Е. В.</i> Совершенствование контрольно-надзорной деятельности Комитета по природным ресурсам Ленинградской области	339
<i>Каткова Т. Е.</i> Эколого-экономические аспекты совершенствования управления защитой лесных экосистем	343
<i>Кренева К. А.</i> Организация управления лесами на локальном уровне	347
<i>Кренева К. А.</i> Показатели оценки эффективности органов государственной власти в области лесных отношений	350
<i>Литвинова Д. С., Каханова М. Ф.</i> Торговля в онлайн-пространстве: влияние на экологическую составляющую	353
<i>Никульчев А. А., Федюнина Е. Н.</i> Расширенное воспроизводство земельных ресурсов как фактор устойчивого развития аграрной экономики России	357
<i>Петров В. Н.</i> Условия и последствия приватизации лесов в России	361

<i>Петров В. Н., Докучаева А. В.</i> Возможность страхования лесов от пожаров	364
<i>Петров В. Н., Дягиль Д. Э.</i> Формирование арендной платы и ее влияние на экономику лесозаготовок	369
<i>Петров В. Н., Мухтарова С. С.</i> Законодательные основы регулирования лесных отношений в области лесопользования в Республике Азербайджан	373
<i>Тимонина В. И.</i> Энергетический рынок в условиях постоянных рисков и неопределенности	376
<i>Филинова И. В.</i> Экономическая эффективность государственного управления лесами.....	381
<i>Цхададзе Н. В., Бекетова С. А., Рекс О. В.</i> Значение сферы услуг в развитии российской экономики	384
<i>Цхададзе Н. В., Бекетова С. А., Чеснокова А. А.</i> Состояние аграрного сектора экономики в условиях новой реальности: вопросы экспорта и импорта.....	389
<i>Цхададзе Н. В., Иевлева А. И., Калуцкая Д. А.</i> Управление ресурсосбережением и природопользованием топливно-энергетических ресурсов	394
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ И НАУЧНЫХ РУКОВОДИТЕЛЯХ.....	398
ДЛЯ ЗАМЕТОК	422

Научное издание

**ИССЛЕДОВАНИЕ, СИСТЕМАТИЗАЦИЯ
КООПЕРАЦИЯ, РАЗВИТИЕ, АНАЛИЗ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
СИСТЕМ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ
И УПРАВЛЕНИЯ (ИСКРА–2021)**

**сборник трудов
IV Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых**

**14–15 октября 2021 г.
г. Симферополь**

Научный редактор: Ячменева Валентина Марьяновна
Заместитель научного редактора: Ячменев Евгений Федорович
Редактор: Воробец Тарас Иванович
Редактор: Тимаев Руслан Абдурашидович

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 26,67. Тираж 300 экз. Заказ № 08А/12.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».
295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, www.arial.3652.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии «ИТ «АРИАЛ».
295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, www.arial.3652.ru