Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Оренбургский филиал федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

XVII Международная научно-практическая конференция

Сборник научных трудов

Оренбург – 2022

УДК 330.34:378.14
ББК 65.9(2)29
А 43

Ответственный редактор

Л.В. Портнова – к.э.н., доцент

Редакционная коллегия:

Л.В. Золотова – к.э.н., доцент; О.С. Лазарева – к.э.н., доцент;
Е.В. Лаптева, к.э.н., доцент; Л.В. Портнова – к.э.н., доцент

Издано в авторской редакции

Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник XVII Международной научно-практической конференции, проведенной 20 апреля 2022 года. – Волгоград: ООО «Сфера», 2022. – 240 с.

Электронный сборник научных трудов содержит материалы XVII Международной научно-практической конференции, проведенной 20 апреля 2022 года в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова. Освещены актуальные проблемы экономической деятельности России и ближнего зарубежья.

Сборник рассчитан на научных и практических работников, преподавателей высших учебных заведений, аспирантов, магистрантов и студентов.

© Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2022

ISBN 978-5-00186-088-4

Содержание

Секция 1
Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности *6*
Вараввa М.Ю. Новейшие Hi-tech-технологии для современной армии *6*
Габриелян Б.В., Захарян А.Г. Проблемы активизации государственно-частного партнерства в социальной сфере *10*
Гутько Е.Ю. Трансформационные процессы в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий *17*
Золотова Л.В., Горюнов В.А. К вопросу о перспективах развития малого предпринимательства в России *21*
Магомедов Р.Р., Гришакова Л.В. Влияние антироссийских санкций на Запад: первые результаты и перспективы *24*
Михайлова О.П. Размещение производительных сил в Оренбургской области *29*
Портнова Л.В., Мордвинцева Н.С. Занятость и безработица населения Оренбургской области в условиях перехода к цифровизации *37*

Секция 2
Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития *44*
Воронина Э.В. Исследование качества и выявление фальсификации мороженого разных производителей *44*
Добродомова Л.А. Регулирование предпринимательской деятельности для стимулирования экспорта продукции АПК в Оренбургской области *49*
Ефременко Е.В. Векторы развития цифровой торговли на основе инновационно-инвестиционного развития экономики *55*
Иванченко А.В. Условия обеспечения продовольственной безопасности на рынке мяса птицы в рамках борьбы с распространением COVID-19 *59*
Малкин В.Ю. Оценка экономической диагностики рынка единых государственных услуг *63*
Монина Е.С. Трудоспособное население региона как фактор развития потребительского рынка Волгоградской области *66*
Ольмезова Н.А. Инновационные технологии продвижения детских товаров в сети интернет *73*

Секция 3
Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности *77*
Кудашов А.Н., Филина Е.П. Рейдерские захваты как угроза *77*

предпринимательской деятельности
Пустотина Н.В., Сундетбаева Ж.К. Отдельные положения о банкротстве юридических и физических лиц в России 82
Уманский С.С. Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса в Оренбургской области 88

Секция 4
Актуальные проблемы и современные тенденции в финансовом секторе страны и ее регионах 96
Антипенко Н.А. Тенденции развития лизинга в Республике Беларусь 96
Колодяжная А.Ю. К вопросу о теоретическом обеспечении статистического исследования устойчивости регионального бюджета 100
Лаптева Е. В. Организация процесса кредитования физических лиц в условиях цифровой трансформации 105
Мелентьева О.В. Современные технологии цифрового обслуживания клиентов банков на основе использования маркетинговых стратегий 113
Новикова В.И. Развитие рынка платежных карт ЕАЭС в условиях цифровой экономики: конкуренция и перспективы 118
Рамазанов Д.И. Формы проявления и механизм противодействия импортируемой инфляции 124

Секция 5
Современное состояние и перспективы учета и контроля 129
Бусыгин Д.Ю. Цифровые технологии в современном управленческом учете 129
Коршикова С. Н. Проблемы организации внутреннего контроля в условиях рыночных отношений 133
Коськe М.С., Воюцкая И.В. Актуальные риски внутреннего контроля во взаимосвязи с обеспечением экономической безопасности 139

Секция 6
Актуальные тенденции управления современным предприятием 145
Бушуева М.А., Захарова Е.В. Факторы формирования инвестиционной стратегии предприятия 145
Гуськова О.В. Инновационные технологии совершенствования ORM-маркетинга в интернет-пространстве 150
Егорушкина Т.Н., Евтеева А.А. Актуальные тенденции управления современным предприятием. Система стимулирования персонала 153
Корнеева М.А., Ростова О.В. Актуальность использования маркетплейсов и контрактного производства предприятиями малого и среднего бизнеса 158

Лазарева О.С., Советов И.Н. Основные угрозы и факторы экономической безопасности автотранспортного предприятия 164
Лекарева Ю.С., Лаптева Е.В. Специфические особенности подхода к рекламе в разных странах 170
Огородникова Е.П., Добродомова Л.А. Производительность труда как фактор увеличения конкурентоспособности промышленных предприятий 175
Попов А.А. Проблемы и пути повышения эффективности реализации стратегии фирмы 179
Сафарова А.А., Лекарева Ю.С. Значение мониторинга в повышении финансовых результатов деятельности коммерческой организации 185

Секция 7
Современные тенденции развития образования 193
Жукова Т.В., Конюченко О.Н. К вопросу реализации мероприятий гражданско-патриотической направленности в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова 193
Лёшина М.А., Киселев И.А. Использование возможностей платформы «1С:Предприятие» в процессе формирования цифровых компетенций будущих специалистов в IT-сфере 197
Махкамова Ш.Ю. Совершенствование механизмов государственного финансирования высшего образования 202
Ремизова В.Ф., Нестерова Т.Г. Свобода и ответственность личности в практике образования 210
Рупасова Я.Е. Дидактические функции социальных медиа в учебном процессе в рамках актуальной информационно-образовательной среды 217
Снатенков А.А., Стройнов Д. П. Результаты статистического анализа организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ 222
Фарус О.А., Ткалич А.С. Использование дистанционно-образовательных технологий в школьном курсе при обучении химии 226
Шахова И.Ю. Развитие студенческих компетенций с помощью системы дополнительного образования вуза 230
Шумилина Н.С., Гилазиева С.Р., Симоненков В.С. Адаптационные возможности физической культуры и спорта в образовательном процессе вуза 234

Секция 1

Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности

УДК 355.004

Новейшие технологии для современной армии

М.Ю. Вараввa, *к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Показана важность диффузии и активного применения новейших высоких информационных технологий Индустрии 4.0 для современной российской армии. Отмечены позитивные итоги внедрения ИТ-решения «Цифровая армия» для боеготовности и повседневной жизни Вооруженных сил Российской Федерации. Систематизированы основные эффекты от использования военных цифровых технологий.

Ключевые слова: Hi-tech технологии, Индустрия 4.0, «Цифровая армия», бесконтактные технологии, технологии-симуляторы.

Abstract. The importance of diffusion and active application of the latest information Hi-tech technologies of Industry 4.0 for the modern Russian army is shown. The positive results of the implementation of the Digital Army IT solution for combat readiness and daily life of the Armed Forces of the Russian Federation were noted. The main effects of the use of military digital technologies are systematized.

Keywords: Hi-tech technologies, Industry 4.0, "Digital Army", contactless technologies, simulation technologies.

Современные войны и локальные конфликты требуют не только хорошо подготовленных профессионалов, но и суперосна щённых и высокотехнологичных армий.

Новизна и актуальность предлагаемой тематики заключается в необходимости популяризации процессов цифровой трансформации, затрагивающей не только гражданскую сферу жизни общества, но и военную. Цель заявленной статьи – представить блиц-обзор новейших высокотехнологичных продуктов, находящихся на вооружении армии Российской Федерации.

Военная сфера всегда являлась двигателем научно-технического прогресса. Многие новации, возникая в секторах ВПК, затем успешно распространяются на гражданские сферы и отрасли экономики, становясь технологиями двойного назначения. Современная армия сегодня не может

эффективно выполнять свои функции без высоких технологий. Hi-Tech-технологии (*high technology*) представляют собой результат высокопрофессионального и науко- и интеллектоёмкого труда многих специалистов. Технологический имидж и образ национальных вооруженных сил создаёт, в том числе, оборонно-промышленный комплекс России. Сегодня он представляет собой институционально сложный конгломерат, включающий научно-исследовательские лаборатории, опытно-конструкторские бюро, инновационные центры, производственные предприятия, сборочные цеха, испытательные полигоны, обширную сеть инфраструктурных объектов, выполняющих разработку, создание, испытание, доработку военной и специальной техники, амуниции, боеприпасов и пр. В ОПК России задействовано порядка трех миллионов человек.

Концепция бесконтактной и «малоресурсной войны» с применением нетрадиционных видов оружия [1] требует активного внедрения современных виртуальных и природоподобных или конвергентных нано-био-микро-информтехнологий. Такие новации есть на вооружении российской армии, и примерами могут служить: микроминиатюрные средства наземной разведки, «умная пыль», «жидкая броня», экипировка «идеальный солдат», микророботы, маскировочный «плащ-невидимка», беспилотники-разведчики, безэкипажные подлодки и пр. (табл.1).

Современная армия — сложная система, в которой подвергаются трансформации практически все процессы. Сегодня невозможно поддерживать боеготовность без высокотехнологичных интеллектоёмких систем, приборов и техники. Парадигма четвертой технологической революции основана на сверхновых цифровых инновациях, что обуславливает распространение и активное применение цифровых ИТ-технологий в боевой и повседневной деятельности Вооруженных сил РФ. Цифровизация армии представляет собой результат цифровой трансформации вооруженных сил, под которой понимается их синергетическое преобразование путем внедрения, развития и применения сквозных цифровых технологий [2].

Одной из самых заметных новаций в рамках освоения цифровых технологий является «Цифровая Армия». Это ИТ-решение, разработанное IT-интегратором Redsys для эффективного управления деятельностью армии на основе новейших информационных технологий. «Цифровая Армия» включает в себя два больших блока решений – «Цифровой гарнизон» и «Цифровой корабль», позволяющих применять технологии комплексно [3]. «Цифровая Армия» охватывает почти весь спектр задач, связанных с боеготовностью и повседневно-бытовыми процессами: учебно-боевыми, военно-техническими, административно-хозяйственными, воспитательными, служебно-распорядительными и контрольно-исполнительными [4; 6].

Индустрия 4.0 предложила армии и технологии дополненной/расширенной реальности (AR/VR). Они раздвигают границы

человеческих возможностей через совершенствование процессов на уровне ощущений, зрения, слуха, обоняния и осязания.

Таблица 1

НТ-технологии для армии XXI века

Технология	Свойства и применение
3d -технологии	*Трехмерная печать* для создания мелких сложных деталей для ручного оружия и баллистических ракет
Композитные материалы	*Сверхпрочный материал, представляющий л*егкую композитную металлическую пену: бронебойная пуля при ударе с ним превращается в пыль
Новые виды брони	*Бронесталь* с керамическими вставками для усиления бронезащиты танка Т-14
Робототехнические комплексы	*Многофункциональные робототехнические комплексы* разминирования «Уран-6», «Проход» и пожаротушения «Уран-14», исключающие участие человека и минимизирующие различного рода риски
Безэкипажные субмарины	*«Статус-6» - инновационный беспилотный подводный аппарат-робот* для доставки торпед (малозаметная миниатюрная атомная подлодка)
Умное оружие	*-крылатая ракета,* управляемая искусственным интеллектом, которая способна сама принимать решения о выборе высоты, скорости и траектории полета, самостоятельно искать и выбирать цель для поражения; *-самообучающаяся турель* – умная установка, оснащенная пулеметом или гранатометом, может принимать решения, согласно протоколу и накапливать опыт
Карманные дроны	*миниатюрные дроны-разведчики,* внешне имитирующие насекомых: могут летать, ползать, садиться на ветки и провода; оснащены тепловизором и камерой для фиксации видеоинформации
Умная униформа	У*никальная униформа* поддерживает важнейшие жизненные функции военнослужащего при ранении: -способна идентифицировать любое повреждение солдата; -может отправлять информацию о ранении в ближайший медпункт: датчики, вживленные в ткань, регистрируют местоположение пули, глубину ее проникновения и какие важные органы пострадали.
Логистические технологии радиочастотной идентификации RFID	Автоматизированная система учета и контроля за перемещением, хранением и использованием ракет, боеприпасов и военного имущества

Источник: *сост. автором*

Следует отметить, что данные инновации интегрированы в тренажеры, симуляторы, смарт-гаджеты, и актуальны для опытных военных-профессионалов, курсантов и солдат-новобранцев. Для трансляции обучающего контента, современные симуляторы достаточно реалистичны и максимально точно воспроизводят кабины авиационных, морских или боевых машин, дополняя их сенсорными экранами и шлемами виртуальной реальности [5].

За счет использования симуляторов AR/VR-технологий достигаются эффекты:

- обучение, тренировка, отработка навыков управления и обслуживания сложной боевой техникой (корабль, подводная лодка, авианосец, самолет, танк);

- отработка первичных боевых навыков в условиях предполагаемого боя у новобранцев (например, виртуальный тир позволяет освоить различные типы стрелкового оружия; специальный тренажер – тренироваться прыжкам с парашютом);

- обезвреживание взрывных устройств (саперное разминирование без участия человека);

- обучение скоординированным действиям в боевых условиях;

- удалённая медицинская поддержка и тренировка военных и гражданских медиков в условиях, приближенных к боевым и в стрессовых ситуациях (например, при отработке эвакуации тяжелораненого солдата в полевой госпиталь на военном вертолете используется тренажер, сочетающий гарнитуру виртуальной реальности, перчатки с датчиками движения, реалистичный манекен солдата и корпус вертолета).

Применение таких высоких технологий позволяет большому количеству обучающихся находиться в едином информационном пространстве одновременно, отрабатывая свои навыки, сокращать расходы на эксплуатацию реальной (настоящей) дорогостоящей военной техники и энергоресурсов для неё, экономить на издержках по ремонту, снижать различного рода риски.

Таким образом современная армия России выступает генератором новых технологий и является активным потребителем разнообразной высокотехнологичной продукции: самоуправляемых боевых роботов, оружия на основе искусственного интеллекта, цифровых дистанционных и бесконтактных технологий. Необходимо отметить, что за всеми сверхсложными технологиями и системами стоит многочисленная «армия» ученых-теоретиков, инноваторов, конструкторов, разработчиков, инженеров, техников, рабочих-сборщиков, чьим гением, трудом и усилиями создаются уникальные технологии для нужд современных Вооруженных сил России.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белоконь С.П. Технологические аспекты современных вооруженных конфликтов и военная безопасность России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 25: Международные отношения и мировая политика. 2015. Т. 7. № 4. С.23-44.

2. Масленников О.В., Алиев Ф.К., Вассенков А.В., Тляшев О.М. Интеллектуализация – важнейшая составляющая цифровизации Вооруженных сил Российской Федерации// Военная мысль. 2020. № 7. С. 67-76.

3. «Цифровая армия»: технологии будущего для российской армии. Режим доступа: https://mediarepost.ru (дата обращения 03.03.2022).

4. Инновации ВПК РФ: новая военная техника ВС РФ. Режим доступа: https://tehnowar.ru (дата обращения 01.02.2022).

5. Для чего военные используют технологии AR/VR. Режим доступа: https://habr.com/ru (дата обращения 11.02.2022).

6. Redsys: Цифровая Армия. Режим доступа: https://www.tadviser.ru (дата обращения 10.02.2022).

УДК 338.22

Проблемы активизации государственно-частного партнерства в социальной сфере

Габриелян Б.В., *к.э.н., доцент кафедры экономических наук Ереванского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, ведущий научный сотрудник института экономики им. М.Котаняна Национальной академии наук Республики Армения*
Захарян А.Г., *к.э.н., преподаватель кафедры экономических наук Ереванского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, научный сотрудник института экономики им. М.Котаняна Национальной академии наук Республики Армения*

Аннотация. Статья посвящена изучению методов и механизмов активизации государственно-частного партнерства в социальной сфере Республики Армения, а также факторов, обуславливающих эффективное применение данных методов и механизмов. В статье представлены определенные механизмы решения социальных задач в Республике Армения посредством активизации государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: экономика, управление, социальная защита, государственно-частное партнерство, эффективность.

Abstract. The article is devoted to the study of methods and mechanisms for enhancing public-private partnership in the social sphere of the Republic of Armenia, as well as factors, that determine the effective use of these methods and mechanisms. The article presents certain mechanisms for solving social problems in the Republic of Armenia through the activation of public-private partnership.

Keywords: economics, management, social protection, public-private partnership, efficiency.

На современном этапе развития экономики Армении совершенствования системы социальной защиты населения приобретает особую актуальность, поскольку способствует повышению уровня жизни населения, производительности труда, внедрению инноваций, увеличению объемов экспорта, стабильному развитию компаний и т.д. Важнейшими принципами социальной защиты являются гуманизм и социальная справедливость. Социальная защита населения предполагает построение правового, демократического государства и обеспечение на правовой основе всем членам общества, слоям и группам населения равнодоступных защитных гарантий и благ с учетом трудового вклада.

Для современной Армении приоритетными остаются задачи формирования конкурентоспособной экономики: поддержание устойчивого экономического роста, повышение инвестиционной активности, нормализация деятельности финансового и банковского сектора, укрепление финансового положения предприятий и др. В число основных экономически и социально значимых проблем на сегодняшний момент входит обеспечение регионов и предприятий реального сектора экономики финансовыми ресурсами посредством осуществления государственного финансового стимулирования инвестиционной деятельности. Инвестиционный климат, благоприятный для финансовых вложений в экономику, формируется нормативно-правовой и экономической деятельностью государства. Потенциальных инвесторов интересуют прежде всего гарантии частной собственности, свободного распоряжения прибылью от реализации инвестиционных проектов, включая ее репатриацию за рубеж. Право частной собственности должно исключать национализацию в форме конфискации, защищать от рейдерских захватов и излишнего администрирования со стороны органов власти.

Одной из основных задач государства в области инвестиционной деятельности является привлечение частных финансовых ресурсов, их стимулирование бюджетно-налоговыми методами. Необходимость усиления функций государства в инвестиционной сфере, сокращения доходов бюджета, повышения эффективности государственных инвестиций связана с двумя направлениями [1, с. 15]:

1) усилением программно-целевой компоненты в деятельности государства;

2) переходом к проектным формам взаимодействия государства и бизнеса на основе софинансирования проектов, связанных с развитием инфраструктуры, повышением конкурентоспособности российского бизнеса. Такое взаимодействие может способствовать как увеличению частных инвестиций самих по себе, так и повышению эффективности государственных вложений.

Развитие эффективных институтов взаимодействия государства и бизнеса в средне- и долгосрочной перспективе должно стать одним из важнейших направлений деятельности государства.

Общий уровень расходов на развитие инфраструктуры должен повышаться за счет привлечения внебюджетных средств, создания государственно-частных партнерств (ГЧП), использования созданных институтов развития, в том числе Инвестиционного фонда.

Во всем мире именно развитие инфраструктуры ГЧП имеет наибольший успех. Эксперты указывают как минимум две причины такой ситуации. Во-первых, проекты инвестирования в объекты инфраструктуры, являющиеся необходимыми для развития различных отраслей промышленности, с большой вероятностью будут выгодными, следовательно, именно в этой сфере легко привлечь частные инвестиции (по сравнению, например, с инвестициями в

здравоохранение). Во-вторых, многие инфраструктурные проекты предполагают создание платных объектов, что способствует их окупаемости в будущем (платные дороги и т.д.).

В целом финансирование инфраструктуры через ГЧП позволяет государству уменьшить или, по крайней мере, отсрочить бюджетные расходы. При этом экономика получит те же выгоды от развития инфраструктуры, что и при государственном финансировании. Однако в данном случае государству необходимо тщательно оценивать риски проектов, иначе эта деятельность может привести к тому, что все риски проекта лягут на государство, создав угрозу бюджетной устойчивости и лишив бизнес стимула к эффективной работе по проекту.

В современных экономических условиях в Республике Армения ключевым направлением стратегии экономического развития должно стать прогрессирующее развитие высокотехнологичного сектора, что предполагает содействие инновационной деятельности, внедрение современных механизмов управления, повышение инвестиционной привлекательности, организацию экспортно-ориентированных производств и т.д. Для этого в Армении имеются широкие возможности, которые были созданы еще в годы централизованного управления. Армения занимала передовые позиции в области космических исследований, вычислительной техники, радиоэлектроники, навигационного оборудования, полупроводников и других высокотехнологичных производств [2, с. 132-151]. Следовательно, установление эффективного сотрудничества между государством и бизнесом, безусловно, будет способствовать активизации инновационной и инвестиционной деятельности.

Общепринятое определение общественно-частного партнерства описывает его как сотрудничество между организациями общественного и частного сектора, в котором партнеры совместно планируют и осуществляют деятельность с целью достичь взаимно согласованных целей, совместно неся при этом затраты, риски и деля выгоды [3, с. 67-78]. Такое сотрудничество может позволить преодолеть много барьеров инновационному развитию, обусловленных провалами рынка, институциональными ограничениями и системными слабостями, путем распределения рисков и затрат, взаимодополнения ресурсов участвующих сторон и синергетических эффектов [4].

Согласно закону Республики Армения «О государственно-частном партнерстве» основными целями государственно-частного партнерства (ГЧП) являются [5]:

- сокращение необходимых расходов в течение жизненного цикла общественных инфраструктур и улучшение качества их сооружения, модернизации, строительства, эксплуатации и содержания;
- обеспечение в течение срока эксплуатации актива его надлежащего и своевременного содержания;
- повышение доступности общественных инфраструктур и услуг;

- получение выгоды, вытекающей из опыта частного сектора, ресурсов, технологий, эффективности и возможностей, связанных с инновациями;
- повышение в отношении общественности подотчетности и прозрачности в сфере общественных инфраструктур и общественных услуг;
- улучшение в Республике Армения информационной базы данных привлеченных в рамках проектов ГЧП общественных инфраструктур и общественных услуг;
- привлечение при необходимости инвестиций для новых общественных инфраструктур.

В рамках проекта ГЧП частным партнерам могут предоставляться следующие виды государственного содействия:

1) гранты;

2) субсидии;

3) выделение активов, необходимых для реализации проекта ГЧП;

4) гарантии минимального дохода и (или) минимального количества конечных потребителей или покупателей и (или) другие виды гарантий и льгот в рамках проекта ГЧП;

5) гарантии в том, что публичный партнер потребит или использует определенный объем или часть в процессе реализации проекта ГЧП произведенных товаров, выполненных работ или оказанных услуг;

6) кредиты и другие формы финансирования или вложений;

7) возмещение определенных видов затрат и рисков, связанных с проектом ГЧП (или непосредственная ответственность по ним);

8) бюджетные гарантии;

9) другие средства, не запрещенные законодательством Республики Армения, — по постановлению Правительства.

В рамках проекта ГЧП частные партнеры в установленном законодательством Республики Армения порядке пользуются установленными законодательством Республики Армения налоговыми и таможенными льготами. По разным видам государственного содействия проектам ГЧП процедурами ГЧП могут устанавливаться методологические рекомендации и руководства по предоставлению такого содействия, а также применимые к ним все критерии, правила или ограничения.

В экономической литературе наиболее распространены следующие механизмы партнерств [6, с. 48-49]**:**

- **BOT (Build, Operate, Transfer – строительство - эксплуатация/управление - передача).** Этот механизм используется, главным образом, в концессиях. Инфраструктурный объект создается за счет концессионера, который после завершения строительства получает право эксплуатации сооруженного объекта в течение срока, достаточного для окупаемости вложенных средств. По его истечении объект передается государству. Концессионер получает правомочие использования, но не владения объектом, собственником которого является государство;

- **BOOT (Build, Own, Operate, Transfer – строительство - владение - эксплуатация/управление - передача).** В этом случае частный партнер получает правомочие не только пользования, но и владения объектом в течение срока действия соглашения, после чего он передается публичной власти;
- **BTO (Build, Transfer, Operate – строительство - передача - эксплуатация/управление).** Этот механизм предполагает передачу объекта государству сразу по завершении строительства. Затем он поступает в пользование частного партнера, но без перехода к нему права владения;
- **BOO (Build, Own, Operate – строительство - владение - эксплуатация/управление).** В этом случае созданный объект по истечении срока действия соглашения не передается публичной власти, а остается в распоряжении инвестора;
- **BOMT (Build, Operate, Maintain, Transfer - строительство - эксплуатация/управление - обслуживание - передача).** Здесь акцент делается на ответственности частного партнера за содержание и текущий ремонт сооруженных им инфраструктурных объектов;
- **DBOOT (Design, Build, Own, Operate, Transfer – проектирование - строительство - владение - эксплуатация/управление - передача).** Особенность соглашений этого типа состоит в ответственности частного партнера не только за строительство инфраструктурного объекта, но и за его проектирование.
- **DBFO (Design, Build, Finance, Operate – проектирование - строительство - финансирование - эксплуатация/управление)** специально оговаривается его ответственность за финансирование строительства инфраструктурных объектов.

Как известно, система социальной защиты основывается на принципах системности и комплексности. Она создастся как упорядоченная совокупность взаимодействующих компонентов, как целостное образование, составленное из частей, как комплекс взаимосвязанных структурных элементов, которые в процессе интеграции образуют определенную целостность. Важнейшими элементами системы социальной защиты являются субъекты и объекты, содержание которых раскрывается в целях, задачах, функциях, средствах. При формировании системы важно обеспечить, чтобы ее объекты являли собой иерархически организованную, целостную общественную систему, чтобы субъекты, осуществляющие деятельность, отражали эту целостность, а связывающее объекта и субъекта звено — формы, методы, системы, технологии социальной работы — представляло собой взаимосвязанный процесс оказания помощи и поддержки нуждающемуся человеку.

Далее представим основные макроэкономические показатели, характеризующие социальное положение населения Республики Армения.

Таблица 1

Основные макроэкономические показатели, характеризующие социальное положение населения Республики Армения (2012-2020) [7]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Среднемесячная номинальная заработная плата, драм*	140739	146524	171120	184441	180971	191930	169295	224517	228342
Размер минимальной оплаты труда, драм	32 500	45 000	55000	55 000	55 000	55000	55000	55000	68000
Занятое население, тыс. человек	1166.5	1182.7	1153.3	1105.4	1010.4	1032.8	1105.9	1063.8	1023.0
Уровень безработицы, %	16.0	15.4	17.6	17.7	18.1	16.5	15.3	17.1	18.1
ВВП на душу населения, доллар	3293	3452	3863	2436	3515	3915	4220	4623	4269
Месячная стоимость минимальной потребительской корзины на душу населения, драм	41816.6	52038.5	59127.7	56214.9	55075.3	57417.5	61113.6	60229.6	61014.9
Расходы государственного бюджета на социальную защиту населения, млн драм	307269.3	304696.8	362030.6	390504.1	405058.1	408985.8	425478.7	454232.1	494371.5

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что в 2020 году по сравнению с 2012 годом в Республике Армения основные показатели занятости подверглись некоторым изменениям. Так, среднемесячная номинальная заработная плата повысилась на 87603 армянских драмов, размер минимальной оплаты труда на 35500 драмов, уровень безработицы на 2.1 процентных пункта, показатель ВВП на душу населения – на 976 долларов. Одновременно, в 2020 году по сравнению с 2012 годом в Республике Армения сократилась численность занятого населения на 143.5 тыс. человек. Одновременно, выросли месячная стоимость минимальной потребительской корзины на душу населения на 19198.3 драмов, а также расходы государственного бюджета на социальную защиту населения – на 187102.2 драмов. Заметим, что несмотря на ежегодное увеличение расходов государственного бюджета Республики Армения на социальную защиту населения, уровень жизни граждан все еще не достиг желаемого показателя. Очевидно, что на фоне снижения численности занятого населения и повышения уровня безработицы активизируются также миграционные процессы, которые, в свою очередь, провоцируют “утечку мозгов” и другие негативные развития, что предполагает осуществление действенных мероприятий по стабилизации экономики.

Современная концепция социальной защиты исходит из того, что она не должна сводиться к бесплатной помощи и поощрению ее пассивного ожидания. Ее суть должна заключаться в том, чтобы возрождать и поощрять в человеке чувство хозяина, формировать мотивы к высокопроизводительному труду и вовлекать его в такой труд; создавать в обществе относительно равные "стартовые возможности" для всех его членов. Вот почему важнейшим субъектом социальной защиты является сам человек, реализующий свой потенциал и силы, защищающий свои жизненные потребности и интересы. В обществе должны быть созданы условия — экономические, организационные, правовые, финансовые и др. - для формирования самосознания, системы знаний и ценностных представлений о роли и месте человека в защите своих прав и охране коренных жизненных интересов, способах собственной самореализации и самоутверждения, взаимодействии с другими субъектами социальной защиты.

Учитывая нынешнее экономическое положение Республики Армения предлагаются следующие подходы по обеспечению стабильного развития экономики посредством активизации государственно-частного партнерства:

1. Создание эффективного институционального и правового поля;
2. Создание подразделений, обеспечивающих исследование региональных рынков труда;
3. Создание малых и средних предприятий инновационной направленности и формирование инновационных образовательных программ;
4. Создание современных образовательных технологий подготовки, переподготовки, повышения квалификации кадров;
5. Укрепление связей высших учебных заведений с реальным сектором и социальной сферой регионов;

Таким образом, активизация государственно-частного партнерства в Республике Армения имеет важное стратегическое значение, поскольку в дальнейшем может способствовать повышению уровня жизни населения, улучшению делового климата страны и стабильному развитию экономики.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Васильев, В. П. Государственное регулирование экономики: учебник и практикум для СПО /В. П. Васильев. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 164 с.

2. Гражданский кодекс Республики Армения от 30.09.2007.

3. Банк ВТБ (Армения) организовал благотворительную ярмарку в поддержку фонду «Бари (добрая) мама», https://www.vtb.am/ru/about-bank/news-view/bank-vtb-armeniia-organizoval-blagotvoritelnuiu-iarmarku-v-podderzhku-fondu-bari-mama

4. Благотворительный фонд Дети Армении, https://staff.am/ru/company/children-of-armenia-charitable-fund

5. Законы Республики Армения «О государственном бюджете» 2019-2021гг.

6. Добрынин Л. А., Марковская Е. И., Медведь А. А., Привалов Н. Г., Рагимова Н. С., Троицкая И. В. Взаимодействие государства и бизнеса: учебное пособие, СПб: Издательство СПбГЭУ, 2014, с. 48-49.

7. «Социально-экономическое положение Республики Армения в январе-декабре 2011-2020гг.» Информационно-аналитические годовые отчеты, Национальный статистический комитет РА https://www.armstat.am/ru/?nid=82&id=2359

УДК 339.138

Трансформационные процессы в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий

Е.Ю. Гутько, *старший преподаватель*
Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», г. Луганск

Аннотация. В статье рассмотрены условия развития маркетинга территорий и особенности формирования инвестиционного климата на территории страны, города, региона. Изучены и структурированы трансформационные процессы в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий, которые объединены в комплекс согласованных и взаимосвязанных мероприятий, которые возможно в последующем объединить в стратегию развития территорий.

Ключевые слова: трансформация, маркетинг территорий, инвестиционная стратегия, инвестиционная привлекательность, государственные программы развития, инвестиционные площадки.

Abstract. The article considers the conditions for the development of marketing territories and the peculiarities of the formation of the investment climate in the country, city, region. The transformation processes in the field of marketing of territories have been studied and structured in the context of the formation of an investment strategy for the development of territories, which are combined into a set of coordinated and interrelated measures that can later be combined into a strategy for the development of territories.

Keywords: transformation, marketing of territories, investment strategy, investment attractiveness, state development programs, investment platforms.

Повышение инвестиционной привлекательности территории Луганской Народной Республики – главная задача руководства республики и для решения основных ключевых вопросов развития территорий актуально и своевременно проведение научных исследований и определение трансформационных процессов в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий.

Сложившаяся в Луганской Народной Республике экономическая ситуация значительно снижает вероятность притока инвестиций в развитие территории. Для решения важной экономической задачи для развития

Луганской Народной Республики, а именно формирование благоприятного инвестиционного климата на территории Луганской Народной Республики, необходимо рассмотреть трансформационные процессы в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий, тем более что территория республики готова к новому этапу развития [1].

Маркетинг территории может быть представлен как коммерческая, политическая, социальная и иная деятельность, которая основана на принципах маркетинга, проводимая с целью создания, поддержания или изменения отношения определенных лиц и компаний к определенному региону, изменения стиля этих мест. Реализация всех принципов маркетинга территорий направлена на обеспечение выполнения миссии маркетинга территорий, а именно: усиление способности адаптации территориального сообщества к рыночным изменениям, наращивание возможностей сообщества; создание достойных условий жизни для жителей территории, что станет главным конкурентным преимуществом; улучшение имиджа и продвижение территории (брендинг территории) [2, с. 8-11].

Основной целью территориального маркетинга можно назвать ориентацию на: создание и поддержание стиля и престижа региона; повышение доходности бюджетных средств; изменение инвестиционного климата в регионе реализация потенциала; привлечение в регион нематериальных ресурсов (трудовых, умственных); реализация социальных местных программ.

Маркетинг территории фокусируется на мотивах и целях, на преимуществах, которые предприниматели и другие объекты получают в регионе, если они активны в нем с точки зрения управления, а также на снижении затрат и устранении препятствий для работы в регионе.

Важным направлением научного исследования является формирование инвестиционной стратегии развития территорий на основе маркетинга и в рамках данного исследования важно рассмотреть современные тенденции трансформационных процессов в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий.

При формировании инвестиционной стратегии развития территорий важным показателем являются комплекс мероприятий по повышению инвестиционной привлекательности. Таким образом, основными показателями по повышению инвестиционной привлекательности является наличие привлекательности территории, которую можно оценить, как отношение темпов роста валового внутреннего продукта в данном регионе к темпам его роста для страны в целом, включающей регион как территориальную, инфраструктурную и политическую единицу [3, с.72-78].

Процесс трансформации инструментов управления инвестициями связан с изменениями в национальной экономике. Важность статистических методов оценки приходит на смену качественным аспектам обоснования процессов.

Методологическая база исследования включает в себя следующие инструменты: метод статистического моделирования, метод модификации конечных результатов, метод группировки и метод прозрачности объекта исследования, метод сходимости исходных параметров.

Трансформационные процессы в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий в результате научного исследования можно объединить в комплекс согласованных и взаимосвязанных мероприятий, которые считаем возможным в последующем объединить в стратегию развития территорий:

– активное внедрение брендинга как инструмента маркетинга территории в формирование известности и положительного имиджа территориальной единицы. В условиях рыночной экономики наличие бренда и имиджа территории и стратегии ее развития становится незаменимым фактором реализации территориального потенциала. Брендинг – это эффективный инструмент привлечения целевой внешней и внутренней аудитории на территорию;

– формирование законодательных и нормативно-правовых актов государственного регулирования развития территорий и формирования инвестиционной стратегии развития территорий;

– формирование и развитие привлекательности территории за счет ее использования в качестве инвестиционного и туристического объекта, что способствует развитию маркетингового потенциала территориальной единицы, ее узнаваемости населением и привлекательность рынка для внешних потребителей;

– растущая глобальная конкуренция между территориями на рынке ресурсов и инвестиций обусловливает формирование и продвижение конкурентных преимуществ конкретной территории;

– виртуализация потребностей, спроса и предложения в окружающей среде территории, вызванная быстрым развитием информационных технологий. Информатизация всех сфер человеческой деятельности отражается в развитии территорий как процессе информационного продвижения территорий и понимания того, что территория (страна, район, область, город) может быть представлен как товарный знак, который может быть, как малоизвестным, так и широко известным брендом;

– применение мультипликационного эффекта от осуществления инвестиций в экономику региона, направленное на повышение эффективности использования экономического потенциала региона, обеспечение условий для роста материального благополучия и прироста трудовых ресурсов, социальную защиту населения, увеличение поступлений в бюджет;

– организация деятельности специальных подразделений в структуре городских и районных администраций, формирование инвестиционной карты региона, информационное обеспечение и поддержка инвестиционной

деятельности, оценка активности местных органов власти в инвестиционном процессе экономического развития территории;

– создание эффективной системы инвестиционной привлекательности территорий на основе: подготовки площадок для развития инвестиционной инфраструктуры, установление льготных условий пользования землей и другими природными ресурсами, включение инвестиционных проектов и государственные и региональные программы развития территорий, формирование программ защиты интересов инвесторов.

В процессе изучения трансформационных процессов в сфере маркетинга территорий в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий, было выявлено, что для достижения поставленной цели необходимо в будущих перспективных исследованиях рассмотреть рейтинговые системы и методы оценки влияния маркетинга на инвестиционную активность территории; изучить современные зарубежные методологии оценки влияния маркетинга территории на повышение инвестиционной активности; сформировать актуальную методологию оценки влияния маркетинга территории на повышение инвестиционной активности.

Важными направлениями дальнейших научных исследований являются изучение таких вектора развития, как: маркетинг территорий, как фактор социально-экономического развития в условиях формирования инвестиционной стратегии развития территорий; направления повышения инвестиционной активности территорий на основе концепции маркетинга с целью формирования благоприятного инвестиционного климата; разработка современных маркетинговых цифровых технологий формирования благоприятного имиджа территории с учетом факторов инвестиционного процесса.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Никитина М. Республика делает ставку на инвесторов [Электронный ресурс] Режим доступа: https://xxiveklnr.su/novosti/47-respublika-delaet-stavku-na-investorov.html

2. Ярославцев А.В., Ярославцева Т.А. Маркетинг территории муниципального образования: понятие, виды, механизм создания условий для эффективного использования: полезная книжка для органов муниципальных образований Хабаровского края. – Хабаровск. 2019. С. 8-11.

3. Bondarenko V.A., Kalieva O.M., Pisareva E.V. Marketing Management of the Territory in the Aspect of the Regional Brand Formation // European Research Studies Journal, Volume XXI, Special Issue 2. 2018. pp. 72-78.

УДК 311.1

К вопросу о перспективах развития малого предпринимательства в России

***Л.В. Золотова**, к.э.н., доцент*
***В.А. Горюнов**, студент магистратуры*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье определены тенденции развития малого бизнеса в России в кризисных условиях функционирования экономики. На основе рядов динамики основных показателей деятельности малых предприятий в России за 2008-2019 гг. построены трендовые модели, применен метод экстраполяции, по результатам которого сделаны выводы о перспективах развития сферы малого бизнеса в РФ.

Ключевые слова: Россия, малое предпринимательство, динамика, тренд, прогноз.

Малый бизнес – это разнонаправленное явление, благоприятно влияющее на социально-экономическое развитие государства и общества. В условиях современных вызовов основная нагрузка приходится на сектор малого предпринимательства, которому необходимо быстро адаптироваться к изменяющимся условиям функционирования.

В 2020 году, в связи с пандемийным периодом, сфера малого предпринимательства потерпела существенные убытки, происходило сокращение численности субъектов МБ, наблюдались тенденции к сокращению показателей, характеризующих деятельность этой сферы. Перед государством обозначились цели, заключающиеся в поддержании и стимулировании развития данного субъекта экономики.

Цель исследования состоит в изучения перспектив развития сферы малого бизнеса Российской Федерации в условиях современных вызовов, что даст возможность субъектам этой сферы скорректировать стратегию своего поведения в новых экономических условиях и позволит государству на всех уровнях управления эффективно осуществлять меры поддержки малого бизнеса и совершенствовать основные положения финансовой политики в области взаимоотношения государства и субъектов малого предпринимательства.

Периодом исследования выбран 2008-2019 гг., характеризующийся неравномерным развитием как мировой, так и российской экономики.

Объектом исследования выступает сфера малого предпринимательства без микропредприятий Российской Федерации.

Предметом исследования являются показатели, характеризующие состояние и перспективы развития малого предпринимательства Российской Федерации допандемийного периода.

Согласно данным Росстата, в среднем за исследуемый период 2008-2019 гг.:

- темп прироста числа малых предприятий составил 6,7% или в абсолютном выражении 126448 тыс.

- среднесписочная численность работников малых предприятий в России увеличивалась на 82145 тыс. чел. или на 0,8% ежегодно.

- оборот малых предприятий увеличивался на 3969,2 млрд. руб. или на 11,6% ежегодно.

- объем инвестиций в основной капитал малых предприятий увеличивался на 68,3 млрд. руб. или на 9,0% ежегодно.

При анализе деятельности сферы малого предпринимательства РФ важное значение имеет статистический прогноз вышеперечисленных показателей по динамическим рядам.

При условии, что тенденция существует, построены тренды с помощью функций MS Excel, выбраны наилучшие модели по максимальному R^2 (табл.1), в большинстве случаев – это полиномиальные модели [3, с.558].

Таблица 1

Полиномиальные тренды в динамике основных показателей развития сферы малого предпринимательства в России

Показатель	Уравнение тренда	R^2
Численность малых предприятий	$y = 1\,074{,}36t^2 + 120\,482{,}66t + 1\,264\,349{,}93$	0,8995
Среднесписочная численность работников малых предприятий в РФ, чел.	$y = -4\,097{,}30t^2 + 173\,524{,}38t + 9\,896\,895{,}45$	0,5731
Оборот малых предприятий, млрд.руб.	$y = 371{,}23t^2 - 755{,}14t + 17993$	0,9589
Инвестиции в основной капитал малых предприятий, млрд. руб.	$y = 8{,}1908t^2 - 35{,}782t + 474{,}02$	0,9601

Рассчитано авторами по источникам [1,2]

Интерпретация параметров полиномиального тренда для каждого показателя такова:

- расчётное значение при x=0 составило 1264350 тыс. предприятий; в среднем за исследуемый период численность малых предприятий увеличивалась ежегодно на 120483 тыс. предприятий с ускорением 2149 тыс. предприятий;

- расчётное значение при x=0 составило 9896895,45 чел.; в среднем за исследуемый период среднесписочная численность работников МП увеличивалась ежегодно на 173524,38 тыс. чел. с абсолютным замедлением 8194,6 чел.

- расчётное значение при x=0 составило 17993 млрд. руб., в среднем за исследуемый период оборот малых предприятий уменьшался ежегодно на 755,14 млрд руб. с ускорением 742,46 млрд. руб.

- расчётное значение при x=0 составило 474,02 млрд. руб., в среднем за исследуемый период объем инвестиций в основной капитал снижался ежегодно на 35,782 млрд. руб. с ускорением 16,3816 млрд. руб.

Считая, что параметры полиномиальных трендов значимы, определены прогнозные значения исследуемых показателей (табл.2).

Таблица 2

Прогнозные значения основных показателей развития сферы малого предпринимательства в России

Годы	Нижняя доверительная граница прогноза (пессимистичный прогноз)	Прогноз	Верхняя доверительная граница прогноза (оптимистичный прогноз)
Численность малых предприятий			
2020	3012191,30	3012191,35	3012191,40
2021	3161681,68	3161681,73	3161681,78
2022	3313320,78	3313320,83	3313320,88
2023	3467108,60	3467108,65	3467108,70
Среднесписочная численность рабочих малых предприятий в РФ, чел.			
2020	11460268,67	11460268,69	11460268,71
2021	11523165,95	11523165,97	11523165,99
2022	11577868,63	11577868,65	11577868,67
2023	11624376,71	11624376,73	11624376,75
Оборот малых предприятий, млрд.руб.			
2020	70913,98	70914,05	70914,12
2021	80182,05	80182,12	80182,19
2022	90192,58	90192,65	90192,72
2023	100945,57	100945,64	100945,71
Инвестиции в основной капитал малых предприятий, млрд. руб.			
2020	1393,02	1393,09	1393,18
2021	1578,39	1578,47	1578,55
2022	1780,14	1780,22	1780,30
2023	1998,27	1998,35	1998,43

Рассчитано авторами по источникам [1,2]

По результатам прогнозирования (табл.2) с вероятностью 95% можно утверждать, что как в период до пандемии, так и в постпандемийный период отмечаются положительные тенденции в развитии малого бизнеса в России. Это объясняется проведением правильной государственной политики по поддержке малого предпринимательства [4, с.142].

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Малое и среднее предпринимательство в России. 2019: Стат.сб./ Росстат. – М., 2019. – 87 с.

2. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат.сб./Росстат. - М., 2020 – 700 с.

3. Золотова Л.В., Портнова Л.В. Статистический анализ динамики и прогнозирование основных показателей развития малого предпринимательства в России. В сборнике: Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей. Сборник трудов I Национальной научно-практической конференции. 2019. С. 557-560.

4. Портнова Л.В., Уланков Ф.В., Кузнецова А.В. Состояние и тенденции развития малого предпринимательства в России до пандемии: анализ основных показателей// Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник XVI Международной научно-практической конференции, проведенной 21 апреля 2021 года. - 2021. – С.135-142.

УДК 93/94

Влияние антироссийских санкций на Запад: первые результаты и перспективы

Р.Р. Магомедов, *д.и.н., профессор*
Оренбургский филиал РЭУ им. Плеханова, Россия
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия
Л.В. Гришакова, *к.и.н. доцент*
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются причины тотальной гибридной войны Запада против России. Указано, что широкомасштабная и наступательная по своему характеру экономическая война подчинена важнейшей геополитической задаче – минимизировать стремление России к приобретению статуса одного из ключевых игроков системы международной безопасности.

Авторами показано, что антироссийские санкции вызвали обратный эффект в США, странах ЕС и Великобритании, выразившийся в опасности разбалансирования финансовой и торговой системы Запада, росте цен на топливо и возникновении протестных социальных настроений в обществе.

Ключевые слова: Россия, США, санкции, коллективный Запад, гибридная война, геополитика.

Annotation. The article discusses the reasons for the total hybrid war of the West against Russia. It is indicated that a large–scale and offensive economic war is subordinated to the most important geopolitical task - to minimize Russia's desire to acquire the status of one of the key players in the international security system.

The author shows that anti-Russian sanctions have caused the opposite effect in the United States, the EU and the UK, expressed in the danger of unbalancing the financial and trading system of the West, rising fuel prices and the emergence of protest social sentiments in society.

Keywords: Russia, USA, sanctions, collective West, hybrid war, geopolitics.

Сегодня человечество стало свидетелем беспрецедентного геополитического противостояния коллективного Запада во главе с США и России за новый миропорядок. Мир уже никогда не будет прежним. Исход этого столкновения определить, кому предназначено быть ключевой фигурой в определении архитектуры новой международной системы безопасности. Известный знаток современных международных отношений, заместитель министра иностранных дел РФ С. Рябков уверен в том, что страны-участницы БРИКС станут основой нового миропорядка. А пока идет борьба между ведущими мировыми державами за новый передел мира. Ее особенностью является то, что главные участники избегают использования военных методов решения своих геополитических задач, тем самым, не рискуя развязывания ядерной мировой войны. Известно, что обе враждующие стороны едины в оценке последствий такого столкновения для современной цивилизации. По их мнению, это конец человеческой истории.

Это обстоятельство продиктовало использования в действиях сторон целого набора инструментов для оказания экономического, политического и информационного давления на противника. Последние события, происходящие в мире, свидетельствуют о том, что Запад предпринял масштабные шаги не военного характера для реализации своих гегемонистских идей, которые вписываются в понятие «гибридная война». Американский президент Джо Байден не скрывает, что объявленная экономическая война против России является альтернативой Третьей мировой войне. «Было два варианта действий: начать третью мировую войну, начать физически войну с Россией, или же вариант номер два: сделать так, чтобы страна, которая действует настолько вразрез с международным правом, заплатила бы цену за то, что она это сделала» [1]. Наш министр иностранных дел С. Иванов указал на то, что сегодня в отношении России объявлена настоящая тотальная гибридная война, чтобы «разрушить, сломать, уничтожить, задушить российскую экономику, да и Россию в целом» [2]. Эту же мысль он озвучил в другом интервью, данном им 28 марта 2022 года. «Нам объявлена прямым текстом тотальная гибридная война. Цель не скрывается – разрушить российскую экономику, подорвать внутриполитическую стабильность и в конечном итоге существенно ослабить Россию, задвинуть нас, как они прямо заявляют, на обочину международной жизни», - подчеркнул глава внешнеполитического ведомства [3].

Этого не скрывают и представители политического бомонда США и Англии. В частности, хозяин Белого дома недавно во время своего визита в Польшу заявил следующее: «Мы нанесли удар в самое сердце российской экономики. В ближайшие годы Россию ждет двукратное сокращение ВВП. Экономика России была одной из крупнейших, но скоро она не будет входить даже в двадцатку экономик мира. Россияне отрезаны от современного мира. Вы были страной XXI века, теперь вы страна XIX века» [4]. С. Иванов, оппонируя ему, заявил, что «Россия не находится в международной изоляции – у страны много партнеров в Азии, Латинской Америке и Африке» [5]. Главный

антироссийский рупор Запада, руководитель внешнеполитического ведомства Великобритании Лиз Трасс публично выразила уверенность в том, что Лондон будет последователен в усилиях добиться полной деградации экономики России [6]. Антироссийские действия, инициированные коллективным Западом в последнее время, наглядно продемонстрировали, насколько массированным оказалось давление на все стороны жизнедеятельности нашего общества. По этому поводу Д. Песков отметил: «Мы в России чувствуем на себе войну, так как западноевропейские страны, США, Канада, Австралия в действительности ведут против нас войну в торговли, экономике, захватывают нашу собственность, захватывают наши денежные средства, блокируют наши финансовые отношения» [7]. По признанию американского президента Джона Байдена, антироссийские санкции являются самыми тяжелыми в истории. Он их по своему характеру назвал карающими.

Сегодня трудно назвать точное количество рестрикций Запада против России. Каждый день информационное пространство заполняется сообщениями о новых санкциях, дополняющих ранее принятые и все больше ограничивающие свободу действий, как юридических, так и физических лиц. Россия находится под ограничительными действиями четырех пакетов санкций. Инициаторы гибридной войны заявляют о готовности перевода в практическую плоскость реализации рестрикций, содержащихся в пятом пакете антироссийских санкций. Кроме того, аналогичные шаги продолжают предпринимать по собственной инициативе национальные правительства отдельно взятых европейских государств, Японии, Австралии, Канады. По количеству введенных санкций Россия занимает первое место в мире. Она обошла таких международных «изгоев» как Иран, Сирия и Южная Корея, которые в отличие от нашей страны под ограничениями США и их союзников находятся вот уже несколько десятилетий. На 8 марта 2022 года общее количество рестрикций, введенных против России, составило 5,5 тысяч [8]. Российская сторона заявила, что она знала о грядущих санкциях Запада и готовилась к ним заблаговременно.

Вызывает в известной степени любопытство тот факт, что в фокусе внимания политиков, экономистов, представителей мировых СМИ находятся не проблемы, связанными с последствиями санкций для России. Наоборот, в мире дружно заговорили и начали давать прогнозы на счет обратного эффекта антироссийских санкций для Запада. Более того, некоторые аналитики видят в недалекой перспективе апокалипсический удар по мировой финансовой системе, спровоцированный рестрикциями Запада против России. Они свои описания сценария развития национальных экономик США, ЕС и Великобритании, современной мировой финансовой и торговой систем подкрепляют использованием таких выражений как «энергетический Перл-Харбор», «абсолютный хаос», «щок для мировой экономики», «удар по мировой экономике», «конец эпохи доллара» и т.д.

В неизбежной грядущей переориентации каналов поступления энергоресурсов в Европу кроится возникновение угрозы климатической катастрофы. В частности, газета The Guardian приводить мнение топ-менеджера компании Sierra Club Келли Шихан о том, что резкое увеличение объемов поставок американского сланцевого газа может привести к всемирному климатическому коллапсу. При этом Келли Шихан полагает, что это обстоятельство обрекает ЕС на «десятилетнюю зависимость от рискованного летучего ископаемого топлива» и отсрочкой перехода к экологически чистым источникам тепла [9].

В связи с тем, что наши возможности продемонстрировать эффект бумеранга антироссийских санкций для Запада весьма ограничены в рамках одной статьи мы сконцентрирует внимание на их влиянии на уровень жизни европейского обывателя и о риске возникновения социальных последствий негативного характера для европейского общества.

Примечательно, что первые лица США и стран ЕС, а также Великобритании, которые, не скрывая свои намерения организовать экономический коллапс России, первыми заговорили о негативных последствиях санкций для Европы в среднесрочный период времени. Экономические эксперты уверены в том, что антироссийские санкции способствуют росту цен на бензин и еду в США. Они выражают уверенность в том, что они останутся высокими и в 2023 году. Президент Джо Байден вину в частом переписывании ценников на заправочных станциях переложил на В. Путина, что вызвало справедливое возмущение у рядовых американцев высказыванием своего лидера. Президент Германии Ф. Штайнмайер предупредил, что его страна столкнется с многочисленными трудностями, и призвал соотечественников переходить на режим строгой экономии. Он признает, что коллективный Запад не просчитал масштабы негативного обратного эффекта беспрецедентной по своему размаху и агрессивности экономической войны против России. 27 марта 2022 года он в крайне пессимистическом тоне и полным осознания обреченности своей страны на трудные испытания заявил: «Да, и в Германии нас ждут сложные дни. Дни, которые меняют мир и нас, может быть, даже быстрее, чем мы считали возможным. Впереди нас ждет еще много трудностей. Несмотря на все дипломатические усилия … наша солидарность и наше поддержка, наша стойкость и наша готовность к ограничениям потребуются еще долго» [10]. Немецким обществом овладела тревога в связи с возможными проблемами с продовольственным обеспечением населения. Один из немецких журналов даже разработал памятку с рекомендациями как сэкономить. В ней, в частности, обывателю советуют отказаться от употребления бутилированной воды и пить водопроводную. Кроме того, авторы памятки считают полезным сэкономить на поиске и приобретении продуктов по низким ценам и по скидкам. Один из самых воинственно настроенных против России русофоб, премьер-министр Великобритании Б. Джонсон также открыто выражает

тревогу по поводу наступления «тяжелых времен» для своей страны из-за антироссийских санкций.

Ошибочное заблуждение руководства коллективного Запада, США и Великобритании о неспособности России ответить контрмерами могут ввергнуть недружественные нам страны в полосу социально-экономической и политической нестабильности. Такая оценка действиям США, ЕС и Англии постепенно становится преобладающей в среде зарубежных политических аналитиков, политического бомонда, руководителей оппозиционных политических партий.

Анализ протестных настроений в Европе показывает, что многие страны уже находятся на этом пути. Во Франции объединяются фермеры, дальнобойщики и рыбаки против власти из-за резкого скачка цен на топливо. Не спокойно в Испании, Германии, Италии, Греции. Митинги в этих странах спровоцированы негативными последствиями антироссийских рестрикций, выразившими в падении уровня жизни и угрозы потери работы.

Таким образом, широкомасштабный и наступательный характер антироссийских экономических и финансовых действий Запада определяется его приверженностью курса на осуществление геополитической экспансии, т.е. расширения своего военно-политического, экономического и культурного влияния на исторически традиционное жизненное пространство российского государства. Однако тотальная гибридная война, выразившаяся в невиданном доселе экономическом давлении на нашу страну, возымел обратный эффект. Западные русофобы явно просчитались в выборе инструментария, чтобы запереть навсегда Россию в геополитическую «клетку». Борьба за новый миропорядок продолжается.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Байден назвал санкции альтернативой «Третьей мировой войне». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/politics/26/02/2022/621a77b29a79473b2116127e (дата обращения 28.03. 2022).

2. Лавров: России на Западе объявили настоящую тотальную, гибридную войну. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ria.ru/20220325/rossiya-1780031598.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 28.03. 2022)

3. Лавров заявил о «прямом государственном бандитизме» в отношении России со стороны Запада. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/news/982369-lavrov-rossiya-zapad-banditizm (дата обращения 28.03. 2022).

4. Байден заявил о крахе рубля и превращении России в страну XIX века. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.ntv.ru/novosti/2699133/ (дата обращения 28.03. 2022).

5. Лавров: Москва всегда находилась под санкциями Запада, но она не в изоляции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2022/03/28/14674669.shtml (дата обращения 28.03. 2022).

6. «Мы не успокоимся»: как Великобритания намерена добиваться «дегредации российской экономики». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/967843-velikobritaniya-rossiya-sankcii-ekonomika (дата обращения 29.03. 2022).

7. Песков заявил, что Россия чувствует себя «посреди войны» в экономике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/62424dc59a7947282a2355c3 (дата обращения 29.03. 2022).

8. Россия заняла первое место в мире по количеству введенных санкций. [Электронный ресурс]. Режим доступа:https://bloknot-novorossiysk.ru/news/rossiya-zanyala-pervoe-mesto-v-mire-po-kolichestvu-1455125(дата обращения 29.03. 2022).

9. The Guardian: увеличение поставок газа из США в Европу ведет к климатической катастрофе // https://sm.news/the-guardian-uvelichenie-postavok-gaza-iz-ssha-v-evropu-vedet-k-klimaticheskoj-katastrofe-71450-u3t5/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 29.03. 2022).

10. Президент ФРГ признал, что ситуация на Украине коснется и жителей ФРГ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/news/2022/03/27/17483305.shtml?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop *(дата обращения 30.03. 2022).*

11. Магомедов Р.Р. Идея мировой революции во внутренней политике советского руководства и в общественном сознании россиян, 1917-1925 гг. Дисс…док. ист. наук. Оренбург, 2000. 548 с.

УДК 338

Размещение производительных сил в Оренбургской области

***О.П. Михайлова**, к.э.н., доцент*
Оренбургский государственный университет, Россия

Аннотация. Производительные силы являются одним из ключевых секторов экономики, уровень развития которого в значительной степени определяет состояние экономического потенциала региона и всей страны в целом, ее конкурентоспособность на внутреннем и мировом рынках. В статье проведен анализ размещения производительных сил в Оренбургской области. Дана оценка уровня размещения производительных сил в Оренбургской области, выявлены проблемы и обозначены направления совершенствования размещения производительных сил в Оренбургской области.

Ключевые слова: Оренбургская область, производительные силы, размещение, промышленные предприятия.

Abstract. Productive forces are one of the key sectors of the economy, the level of development of which largely determines the state of the economic potential of the region and the country as a whole, its competitiveness in the domestic and world markets. The article analyzes the distribution of productive forces in the Orenburg region. An assessment of the level of distribution of productive forces in the Orenburg region is given, problems are identified and directions for improving the distribution of productive forces in the Orenburg region are indicated.

Keywords: Orenburg region, productive forces, location, industrial enterprises.

На уровень развития производительных сил региона оказывают влияние множество следующих факторов: отраслевых, территориальных, природно-ресурсных, социально-демографических и экономических, а также рыночных. Так как каждая территория имеет свой ресурсный потенциал, то для достижения эффективности производительных сил необходимо как можно больше внимания уделять изучению факторов их размещения.

Оренбургская область расположена в умеренном климатическом поясе, для которого характерна теплое лето и холодная зима. Равнинный и низкогорный рельеф со средними высотами 200–250м и незначительными перепадами высот создает благоприятные условия для расселения, размещения промышленных предприятий, транспортных коммуникаций, строительства производственных и гражданских объектов, что в целом обуславливает размещение производительных сил на территории региона. [1]

Особенности размещения производительных сил Оренбургской области определяются следующими критериями, представленными на рисунке 1.

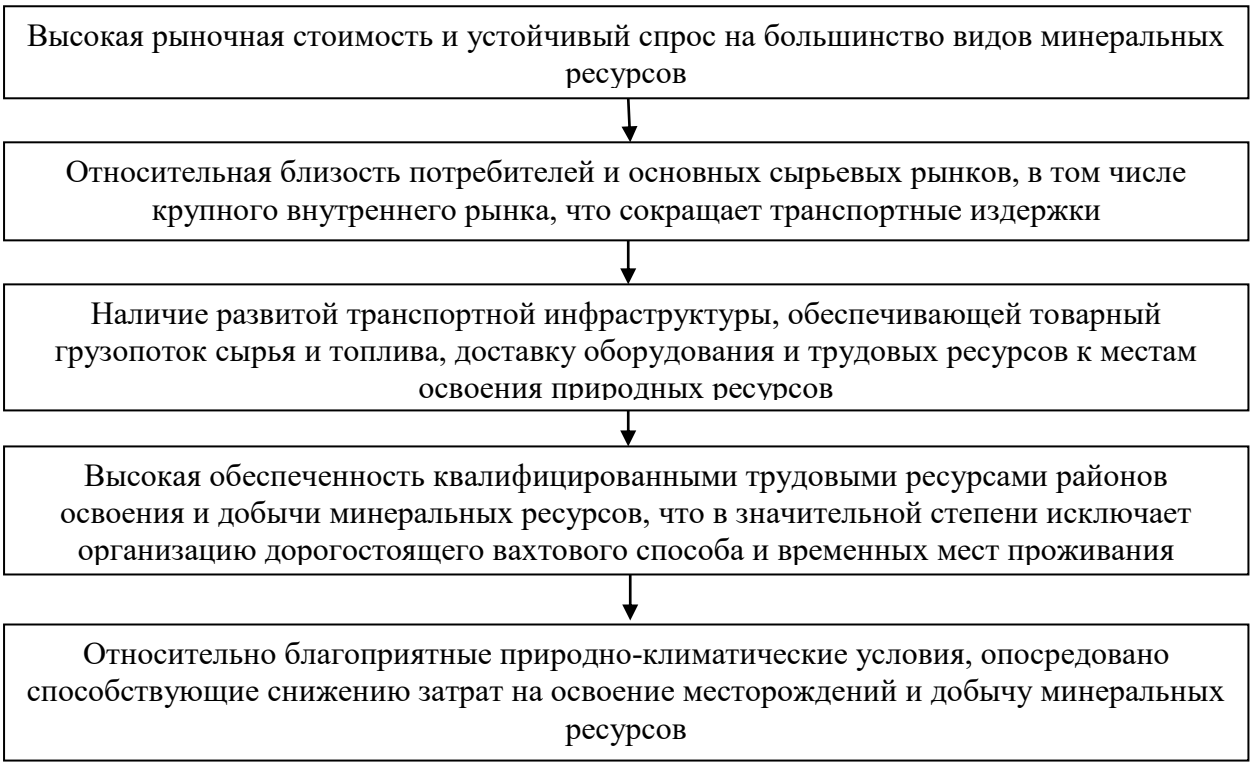

Рисунок 1 – Особенности размещения производительных сил в Оренбургской области

Рисунок 1 показывает, что размещение производительных сил в Оренбургской области обусловлено высоким спросом на продукцию предприятий, богатством сырьевых ресурсов, развитой транспортной инфраструктурой, благоприятными природно-климатическими ресурсами.

Рисунок 2 – Минеральные ресурсы Оренбургской области [2]

Схема расположения минеральных ресурсов Оренбургской области представлена на рисунке 2. Анализ рисунка 2 позволяет отметить, что на востоке области в основном залегают железные руды, никель-кобальтовые руды, медноколчеданные руды, асбест и золото. В центральной части региона: каменная соль, гипс, известняк, бурый уголь. Западная часть Оренбургской области богата залежами нефти. Суммарные разведанные запасы обеспечат современный уровень добычи нефти на 30 лет, газа – на 45 лет, а с учетом прогнозных запасов соответственно на 150 и 60 лет. Ресурсообеспеченность по медным и медно-цинковым рудам составляет более 100 лет, по каменной соли более 1000 лет. [3]

Ресурсное обеспечение региона является ключевым фактором размещения производительных сил не территории области. Промышленный комплекс Оренбургской области включает в себя: добывающие, обрабатывающие отрасли и электроэнергетику. В таблице 1 представлена специализация крупнейших промышленных предприятий Оренбургской области, подтверждающая зависимость расположения предприятий от ресурсного потенциала территории.

Анализируя данные таблицы 1, можно отметить, что промышленные предприятия цветной и черной металлургии, а также горнодобывающей промышленности расположены непосредственно в местах добычи необходимых для функционирования предприятий минеральных ресурсов.

Развитие добычи топливно-энергетических полезных ископаемых в значительной степени определяется деятельностью ведущих предприятий

области: ПАО «Оренбургнефть», ООО «Бугурусланнефть», ООО «Газпромнефть – Оренбург», ООО «Газпром добыча Оренбург» [4].

Таблица 1

Специализация крупнейших промышленных предприятий Оренбургской области

Наименование предприятия	Место расположения	Сфера деятельности
Топливная промышленность		
ООО «Газпром добыча Оренбург»	г. Оренбург	Переработка фракции легких углеводородов, сжиженного газа, гелия, поиск и разведка новых залежей нефти и газа, интенсификация действующих месторождений
ПАО «Оренбургнефть»	г. Оренбург	Добыча нефти
Машиностроение и металлообработка		
ООО «Оренбургский радиатор»	г.Оренбург	Выпуск теплообменников для машин, автомобилей, блоков, охладителей надувочного воздуха
АО «Завод Инвертор»	г. Оренбург	Производство и реализация сварочных высокочастотных преобразователей инверторного типа
АО «ПО «Стрела»	г. Оренбург	Производство вертолетов, сельскохозяйственных машин, учебно-тренировочных самолетов
ОАО «Завод бурового оборудования»	г. Оренбург	Изготовление бурового оборудования
Цветная металлургия		
ПАО «Гайский горно-обогатительный комбинат»	г. Гай	Производство медно-цинкового концентрата
ООО «Медногорский медно-серный комбинат»	г. Медногорск	Производство черновой меди, серной кислоты
Черная металлургия		
АО «Уральская сталь»	г. Новотроицк	Производство чугуна, стали
Горнодобывающая промышленность		
ООО «Руссоль»	г. Соль-Илецк	Добыча и переработка каменной соли
АО «Оренбургские минералы»	г. Ясный	Добыча, переработка природного асбеста

Относительная близость потребителей и основных сырьевых рынков, в том числе крупного внутреннего рынка, является еще одной особенностью размещения производительных сил Оренбургской области. Так регион осуществляет производство продукции для удовлетворения спроса как на внутрирегиональном рынке, так и на межрегиональном рынке сбыта. Среди внутрирегиональных потребителей промышленной продукции региона следует отметить такие предприятия, как ОАО «Нефтемаслозавод», ООО «Газпром добыча Оренбург», ОАО «ПО «Стрела» и иные предприятия.

Следует отметить, что соседствующие с областью регионы являются достаточно активными потребителями промышленной продукции. Что

подтверждает выгодное размещение производительных сил Оренбургской области.

Кроме того, Оренбургская область имеет хорошо развитую транспортную инфраструктуру, представленную наличием трасс федерального и регионального значения, таких как «Урал», «Оренбург–Илек-Уральск», «Казань-Оренбург», «Оренбург-Уфа», способствующую развитию партнерских торговых отношений, повышению конкурентоспособности производительных сил.

Рисунок 3 – Транспортная инфраструктура Оренбургской области

На рисунке 3 представлена транспортная инфраструктура Оренбургской области. Анализируя рисунок 3, можно заметить, что автомобильные и железные дороги Оренбургской области расположены таким образом, что затрагивают наиболее крупные города области и тем самым охватывают все территорию региона с запада на восток и с севера на юг. Следует отметить, что область имеет развитую межрегиональную и межгосударственную (в отношении Казахстана) транспортную сеть.

Географическое расположение Оренбургской области и развитая транспортная инфраструктура определяют ее торгово-экономические отношения с регионами страны, обеспечивают возможность сбыта производимой и приобретения недостающей для производства и обеспечения функционирования региона продукции.

Кроме того, равнинная местность области создает предпосылки для облегчения строительства новых промышленных предприятий, более легкого освоения имеющихся минеральных ресурсов.

На территории региона имеются залежи различных минеральных ресурсов. В связи с этим издержки на минерально-сырьевые ресурсы для предприятий Оренбургской области являются минимальными, соответственно производимая продукция продается по наиболее привлекательной цене, чем в регионах, где используется привозное сырье.

Близость сырьевой базы является преимуществом региона, так как существует спрос других регионов страны на производимую продукцию. Кроме того, отсутствует возможность приостановления производительных сил области по причине отсутствия минеральной сырьевой базы, промышленные предприятия в полной мере обеспечены минеральным сырьем.

Успешная работа любого предприятия во многом зависит от опытных рабочих и специалистов, осуществляющих свою трудовую деятельность на различной сложности машинах и оборудовании. Не случайно многие ученые – экономисты определяют трудовые ресурсы, как основной элемент производства и главную производительную силу. Немецкий экономист, социолог и политический деятель К. Маркс считал основным источником прибыли эксплуатацию чужого труда.

В соответствии с такой концепцией прибыль является превращенной формой прибавочной стоимости, созданной наемным трудом. Можно сказать, что проблема кадровой обеспеченности производственных предприятий Оренбургской области отсутствует. Так как в регионе имеются высшие (ОГУ, ОИПС, Бузулукский гуманитарно-технологический институт (филиал) Оренбургского государственного университета), средне-специальные (Бугурусланский нефтяной колледж, Новотроицкий политехнический колледж) и начально-профессиональные образовательные учреждения (ПУ №57 г.Соль-Илецк, ПУ №34 г.Новотроицк), выпускающие разнопрофильных узких и многопрофильных специалистов в области промышленности [5]. При этом в регионе больше всего средне-профессиональных учебных учреждений, что обеспечивает возможность подготовки специалистов среднего звена.

На территории региона активным образом осуществляется подготовка квалифицированных трудовых ресурсов.

Следует отметить, что большинство учебных учреждений области имеют договоренности с предприятиями области о предоставлении рабочих мест выпускникам, успешно прошедших обучение и получивших диплом специалиста технической специальности. Кроме этого, предприятиям необходимо постоянно внедрять инновационные технологии в производственный процесс.

Таким образом, размещению производительных сил в регионе способствует обеспеченность региона учебными учреждениями, выпускающими квалифицированных специалистов по необходимым отраслям специализации.

Происходит увеличение начисленной заработной платы работников. Как следствие заинтересованность работников в трудовой деятельности на территории области остается на высоком уровне. В связи с этим можно говорить об обеспеченности производительных сил региона трудовыми ресурсами.

Изменения численности занятых в промышленности может объясняться внедрением инновационных проектов на предприятиях промышленности, в результате чего труд человека заменяется автоматизированной системой.

Таким образом, основные особенности размещения производительных сил Оренбургской области сводятся к следующим:

- специализация производительных сил обусловлена расположением минеральных ресурсов;
- высокий спрос на продукцию промышленных предприятий как на внутрирегиональном, так и на межрегиональном рынке;
- хорошо развитая транспортная инфраструктура региона;
- высокая обеспеченность квалифицированными трудовыми ресурсами.

Специализация производительных сил Оренбургской области обусловлена расположением минеральных ресурсов. Так, на востоке области расположены предприятия, занимающиеся добычей и переработкой каменной соли, асбеста, производством медно-цинкового концентрата, черновой меди и серной кислоты. В центральной и западной части региона сконцентрированы предприятия по добыче нефти и газа, производству технических масел, предприятия машиностроения и станкостроения.

Крупнейшими потребителями продукции производительных сил Оренбургской области являются внутрирегиональные предприятия, такие как ОАО «Нефтемаслозавод», ООО «Газпром добыча Оренбург», ОАО «ПО «Стрела». А также соседствующие регионы: Челябинская, Самарская области, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Саратовская область.

В целом, анализ размещения производительных сил Оренбургской области позволяет сделать вывод о целесообразности их размещения.

Несмотря на достаточно эффективное размещение производительных сил на территории Оренбургской области, все же можно отметить ряд недостатков. Одним из ключевых недостатков, оказывающих влияние на производительные силы региона, является состояние экономики.

На экономику Оренбургской области влияет конъюнктура мирового рынка, так как она ориентирована на внешнеэкономическую деятельность, слабая диверсификация экономики Оренбуржья и зависимость от ситуации в добывающей промышленности, зависимость экономики области от градообразующих предприятий, трансграничная «теневая» экономика, значительный вывоз капитала в другие регионы и за рубеж, негативным образом отражается на производительных силах региона.

Для производительных сил региона характерна высокая степень зависимости динамики изменения промышленного производства Оренбургской области от динамики промышленного производства по всей промышленности страны. При этом сказывается влияние высокой изношенности оборудования на промышленных предприятиях, что отражается на качестве и объеме изготавливаемой продукции.

Большая часть получаемой прибыли предприятий региона уходит на поддержание основных фондов предприятий в рабочем состоянии, вместо того, чтобы использоваться для внедрения новых технологий или приобретения дорогостоящего, но более эффективного оборудования. В связи с этим, объективно прослеживается необходимость обновления устаревшего оборудования, что положительным образом скажется на производительности и повлияет на увеличении валового регионального продукта.

Производительные силы Оренбургской области, как и всей российской промышленности, стоят на пути решения проблемы недостаточного объема инвестиций для устойчивого развития производства.

Инвестиции в основной капитал Оренбургской области главным образом осуществляются в добычу полезных ископаемых.

Получается, что инвестирование производительных сил происходит по принципу выбора наиболее привлекательного одного направления. При этом другие направления не получают возможности для своего развития, что является слабой стороной производительных сил региона.

Одной из возможностей развития размещения производительных сил Оренбургской области является повышение инвестиционной привлекательности региона посредством реализации запланированных приоритетных проектов развития Оренбургской области.

Реализация проектов позволит привлечь дополнительные инвестиции в производительные силы Оренбургской области, а также положительным образом скажется на повышении производительности и модернизации производства, и в целом поспособствует развитию экономики региона.

Одними из значительных угроз при размещении производительных сил в Оренбургской области являются: ухудшение экологической обстановки; возникновение угрозы отравления населения углеводородами вблизи Оренбургского газового месторождения; возникновение угрозы оползней, тектонических подвижек на территориях добычи минеральных ресурсов, например, в г.Орск, г.Гай. [5]

Ухудшение экологической обстановки в первую очередь влияет на трудовые ресурсы. Трудоспособное экономически-активное население Оренбургской области стремится перебраться в другие регионы страны с более благоприятной экологической обстановкой. Также ухудшение экологической обстановки влияет на производственные процессы, возникают риски производственных аварий, нарушение функционирования работы предприятий.

Таким образом, размещение производительных сил Оренбургской области сопровождается такими проблемами, как слабая диверсификация экономики региона, снижение ВРП области, ограниченное инвестирование производства преимущественно в отрасль добычи полезных ископаемых.

Однако, следует заметить, что производительные силы Оренбургской области все же размещены достаточно эффективно, о чем свидетельствуют сильные стороны размещения производительных сил: развитая транспортная

инфраструктура, насыщенная минерально-сырьевая база региона, удобное экономико-географическое положение области, а также обеспеченность трудовыми ресурсами.

В целях укрепления позиции размещения производительных сил в Оренбургской области, важнейшими задачами являются – развитие транспортно - логистического потока, повышение инвестиционной привлекательности региона, реализация запланированных приоритетных проектов развития Оренбургской области, а также улучшение экологической обстановки в регионе.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1 Краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области – Оренбург, 2017. – 118 с.

2 Курнышев В.В. Закономерности размещения производительных сил в прогнозировании развития регионов России // Региональная экономика. Теория и практика. - 2016. - №2. - С. 2-5.

3 Житников, В.Г. Размещение производительных сил и экономика регионов / В.Г. Житников. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 283 с.

4 Петрищев В. П., Косых П.А., Найденко Н. Д., Хаврошина В. В., Ширшова Н. П. Обобщенный SWOT-анализ муниципальных районов Оренбургской области // Молодой ученый. - 2015. - №15. - С. 331-336.

5 Прытков, Р.М. Теоретические аспекты исследования производственной специализации региона / Р.М. Прытков // Экономика приграничных регионов в условиях модернизации: проблемы и перспективы развития: материалы III Международной научно-практической конференции. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. – С. 52–54.

6 Портал Правительства Оренбургской области [электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.orenburg-gov.ru/news/stroiindustria/2018-12-30-18-6-37 (дата обращения 24.03.2022).

УДК 332

Занятость и безработица населения Оренбургской области в условиях перехода к цифровизации

***Л.В. Портнова**, к.э.н., доцент*
***Н.С. Мордвинцева**, студент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова, Россия

Аннотация. В условиях современных вызовов рынок труда очень чутко реагирует на все трансформации в экономике. В статье рассматривается динамика структуры занятости и безработицы населения Оренбургской области в период с 2016 по 2020 гг. Дается оценка структурным сдвигам в динамике показателей занятого и безработного населения региона в условиях перехода к цифровизации.

Ключевые слова: *Оренбургская область, рынок труда, занятость, безработица, структура, динамика.*

Abstract. In the face of modern challenges, the labor market is very sensitive to all transformations in the economy. The article discusses the dynamics of the structure of employment and unemployment of the population of the Orenburg region in the period from 2016 to 2020. An assessment is given of structural shifts in the dynamics of the indicators of the employed and unemployed population of the region in the context of the transition to digitalization.

Keywords: *Orenburg region, labor market, employment, unemployment, structure, dynamics.*

Занятость и безработица населения являются важнейшими характеристиками социально-экономических проблем региона.

Информационная база об экономической активности населения способствует исследованию не только качества жизни населения и конкурентоспособности различных секторов экономики, но и вопросов, касающихся разработки основных положений социальной политики [1, с.127].

Структура показателей занятости и безработицы населения в Оренбургской области непостоянна. Вследствие того, что она имеет тенденцию к изменению во времени, возникает необходимость в изучении вариации сдвигов в структуре.

Цель работы состоит в анализе структурных сдвигов в динамике показателей занятого и безработного населения региона в условиях перехода к цифровизации. В качестве признаков, характеризующих совокупности занятых и безработных, были выделены возрастной ценз и образованность, а также изучена структура регистрируемой безработицы.

Анализ структуры рабочей силы в Оренбургской области показал, что наибольшую долю как в 2016 г., так и в 2020 г. занимает занятое население.

На основе исследования официальных данных Оренбургстата можно сделать вывод о том, что в 2020 г. по сравнению с 2016 г.:

- численность занятых уменьшилась на 84,1 тыс.чел.;
- число безработного населения увеличилось на 5,4 тыс.чел. (рис.1)

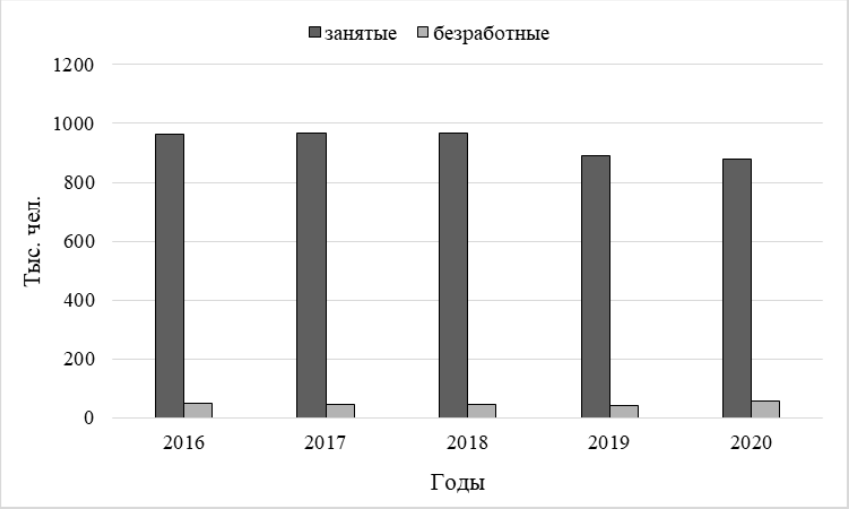

Рисунок 1 – Динамика структуры рабочей силы в Оренбургском регионе

По данным таблицы 1 видно, что в представленной структуре наибольшая доля принадлежит группе населения в молодом возрасте (20-34 лет); наименьшая - группе населения в преклонном возрасте (от 70 лет и старше).

Таблица 1

Группировка занятого населения по возрасту Оренбургской области в динамике

Группы занятых в экономике по возрасту	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (+,-) в 2020 г. по сравнению с 2016 г.
Занятые – всего, в т.ч. в возрасте, лет:	100,0	100	100	100	100,0	0,0
до 20	0,9	1,0	1,2	0,9	0,7	-0,2
20-24	7,6	6,9	6,6	6,3	5,8	-1,8
25-29	13,4	13,3	12,5	12,2	11,3	-2,1
30-34	14,1	13,9	14,1	15	15	+0,9
35-39	12,9	13,2	13,4	13,7	14,5	+1,6
40-44	12,2	12,3	12,1	12,9	12,9	+0,7
45-49	11,7	11,4	11,4	12	11,9	+0,2
50-54	13,8	12,8	12,1	11,4	11,4	-2,4
55-59	9,4	9,6	10,1	10,4	10,1	+0,7
60-69	3,9	4,2	5,6	4,7	6	+2,1
70 лет и старше	0,2	1,2	0,8	0,6	0,4	+0,2

Составлено по источникам: [3,4]

При анализе структуры занятых по возрастным группам наблюдаются тенденции к изменению показателей в 2020 г. по сравнению с 2016 г.:

-снижение долей в структурах занятых юного возраста (до 20 лет), молодого возраста (20-29 лет) и пред пенсионного возраста (50-54 года);

- увеличение долей в остальных структурах занятых.

Средний возраст занятых в Оренбуржье за исследуемый период варьируется от 40,4 лет в 2016 г. до 41,4 лет в 2020 г.

Причины сокращения рабочей силы в Оренбуржье совпадают с общероссийскими демографическими трендами – депопуляцией населения и снижением его численности в трудоспособном возрасте [2, с.284].

В структуре безработного населения по возрасту наибольшая доля принадлежит группе населения, находящейся в поиске работы после получения дипломов об образовании; наименьшая – неработающим в возрасте от 60 лет и старше (табл.2).

В 2020 г. по сравнению с 2016 г. в структуре безработных по возрастным группам происходили следующие изменения:

- наблюдается тенденция к снижению безработных в юном возрасте (до 20 лет), в молодом возрасте (20-29 лет), в возрасте 35-39 лет, а также в пожилом возрасте (60 лет и старше);

- выросла доля безработных в молодом возрасте (30-34 года, 40-44 года);

- доля безработных зрелого (среднего) возраста (от 45 до 59 лет согласно классификации ВОЗ) также имела тенденцию к росту.

Таблица 2

Возрастная структура безработного населения Оренбургской области в динамике

Группы безработного населения по возрасту	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (+,-) в 2020 г. по сравнению с 2016 г.
Безработные – всего, в т.ч. в возрасте, лет:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0
до 20	6,3	4,1	7,2	2,0	2,8	-3,5
20-24	25,5	26,4	21,5	18,8	18,8	-6,7
25-29	19,3	19,2	16,4	13,9	10,9	-8,4
30-34	7,9	13,4	13,7	15,6	16,4	+8,5
35-39	11,8	9,7	11,7	11,3	11,6	-0,2
40-44	9,1	8,9	10,9	8,0	13,7	+4,6
45-49	7,6	5,9	8,1	7,9	9,4	+1,8
50-54	7,5	7,9	7,2	12,4	7,8	+0,3
55-59	3,1	3,0	2,0	8,6	8,2	+5,1
60 лет и старше	1,8	1,5	1,3	1,5	0,4	-1,4

Составлено по источникам: [3,4]

Образовательный уровень занятых не претерпел существенных изменений за период с 2016 по 2020 гг.

Таблица 3

Динамика структуры занятого населения Оренбургской области по уровню образования

Группы занятого населения по уровню образования	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (+,-) в 2020 г. по сравнению с 2016 г.
Занятые – всего, из них имеют образование:	100	100	100	100	100	0,0
высшее	28,2	26,7	28,3	28,1	30,4	+2,2
среднее профессиональное – всего, в т.ч.	49,8	52,6	51,2	52,5	49,7	-0,1
по программе подготовки специалистов среднего звена	35,0	37,5	36,3	36,8	33,7	-1,3
по программе подготовки квалифицированных рабочих (служащих)	14,8	15,1	14,8	15,6	15,9	+1,1
среднее (полное) общее	17,4	15,4	14,7	13,8	14,1	-3,3
основное общее	4,5	5,2	5,8	5,7	5,7	+1,2
не имеют основного образования	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	-0,1

Составлено по источникам: [3,4]

Среди групп занятых в экономике региона по критерию образования наибольший удельный вес занимает население, окончившее заведения СПО, наименьший – население, не имеющее основного образования. Среди лиц, имеющих дипломы СПО, преобладают специалисты среднего звена (табл.3).

В распределениях занятых по образовательному уровню в Оренбуржье в 2020 г. по сравнению с 2016 г. происходили следующие изменения:

- увеличились доли занятых с высшим и основным общим образованием;
- незначительно снизилась доля занятых, имеющих только школьные аттестаты и дипломы СПО, и тех занятых, у кого отсутствует образование.

Данные таблицы 4 позволяют сделать вывод об уровне образования безработных на рынке в Оренбуржье.

Таблица 4

Динамика структуры безработного населения Оренбургской области по уровню образования

Группы безработного населения по уровню образования	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (+,-) в 2020 г. по сравнению с 2016 г.
Безработные – всего, из них имеют образование:	100	100	100	100	100	0,0
-высшее	27,8	21,1	22,7	17,2	21,9	-5,9
-среднее профессиональное – всего, в т.ч.	45,0	48,5	38,9	49,3	49,6	+4,6
по программе подготовки специалистов среднего звена	28,5	31,0	27,8	33,3	35,1	+6,6
по программе подготовки квалифицированных рабочих (служащих)	16,5	17,4	11,1	16,0	14,5	-2,0
среднее (полное) общее	21,3	22,7	29,2	23,1	20,0	-1,3
основное общее	5,9	7,7	9,2	10,5	8,5	+2,6
не имеют основного образования	0	0	0	0	0	0

Составлено по источникам: [3,4]

Так, в рассматриваемой структуре преобладают безработные, имеющие диплом СПО; вторыми являются безработные с дипломами ВУЗов и школьными аттестатами.

В 2020 г. по сравнению с 2016 г. в распределениях безработных по критерию образованности в Оренбуржье выделяются следующие тенденции:

- снижение доли безработных, имеющих высшее и среднее (полное) общее образование;
- рост доли безработных, имеющих среднее профессиональное и основное общее образование;
- увеличение доли безработных-специалистов среднего звена.

По данным регионального Министерства труда и занятости населения за последние два года зафиксирован резкий рост числа официально зарегистрированных безработных. Причиной тому послужили ограничения, введенные в связи с пандемией COVID-19, тем самым упростив регистрацию в качестве безработного посредством дистанционного режима [2, с.45].

Таблица 5

Динамика структуры безработного населения Оренбургской области, зарегистрированного в службах занятости

Группы официально зарегистрированных безработных	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (+,-) в 2020 г. по сравнению с 2016 г.
Безработные - всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0
молодежь в возрасте 16-29 лет	18,5	17,7	15,2	14,5	22,7	+4,2
женщины	54,1	56,2	54,3	53,3	55,9	+1,8
инвалиды	7,5	6,8	6,9	5,6	2,6	-4,9
лица, проживающие в сельской местности	56,7	57,1	59,1	54,1	42,8	-13,9

Составлено по источникам: [3,4]

По данные таблицы 5 можно отметить, что в структуре регистрируемой безработицы основную группу составляют женщины, их доля имеет тенденцию к росту в 2020 г. по сравнению с 2016 г. Особенно отчетливо видна данная тенденция за последние два года 2019-2020 гг.

Таблица 6

Коэффициенты структурных различий в распределениях занятого и безработного населения Оренбургской области, полученные при расчете индекса Я.М. Рябцева (J_R)[1]

Наименование распределения	Значение индекса J_R	Интервал значений критерия [7]	Уровень структурных различий по J_R
Занятые в экономике по возрасту	0,069	0,031-0,070	Весьма низкий
Безработные по возрасту	0,219	0,151-0,300	Существенный
Занятые в экономике по уровню образования	0,032	0,031-0,070	Весьма низкий
Безработные по уровню образования	0,078	0,071-0,150	Низкий
Официально зарегистрированные безработные	0,100	0,071-0,150	Низкий

[1]Рассчитано авторами по источнику: [6]

Одной из возможных причин сложившейся ситуации называются добровольный переход женщин на дистанционную работу, либо увольнение в связи с онлайн-обучением детей в период пандемии [5].

Значительное снижение наблюдается в динамике доли зарегистрированных безработных, проживающих в сельской местности. Доля молодежи, состоящей на учете в службах занятости, в 2020 г. по сравнению с 2016 г. выросла на 4,2 п.п.

О силе структурных сдвигов можно сделать выводы, рассчитав соответствующие коэффициенты, например, индекс J_R – критерий В.М. Рябцева [6, с. 56-57].

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно заключить, что существенных структурных изменений в рассматриваемых распределениях за исследуемые период не произошло. Исключение составляет возрастная структура безработного населения Оренбургской области.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Александрова Л.А., Портнова Л.В. Занятость и безработица на рынке труда Оренбургской области в условиях перехода к цифровизации // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 8 (118). С. 126-133.*
2. *Золотова Л.В., Портнова Л.В. Тенденции развития рынка труда Оренбургской области в условиях перехода к диджитализации. В сборнике: ЦИФРОВИЗАЦИЯ: НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ. сборник материалов I международной межфилиальной научной конференции. Ташкент, 2021. С. 283-288.*
3. *Статистические сборники Оренбургстата. Режим доступа: https://orenstat.gks.ru/folder/38557 (дата обращения 24.03.20222)*
4. *Официальный сайт Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. Режим доступа: https://orenstat.gks.ru (дата обращения 25.03.2022)*
5. *Новости России и мира за сегодня [Электронный ресурс]. URL: https://www.bfm.ru/news/477011 (дата обращения 24.03.2022 г.)*
6. *Сивелькин В.А., Кузнецова В.Е. Статистический анализ структуры социально-экономических процессов и явлений: Учебное пособие.- Оренбург: ГОУ ВПО ОГУ, 2002. – 99с.*
7. *Региональная статистика: учебник/под ред. В.М.Рябцева В.М., Г.И.Чудилина. - М.: «МИД», 2001*

Секция 2

Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития

УДК 658.62.018; 637.072

Исследование качества и выявление фальсификации мороженого разных производителей

***Э.В.Воронина**, к.х.н., доцент*
Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Проведено исследование качества шести образцов мороженого пломбир ванильный в вафельном стаканчике, реализуемого на потребительском рынке Пермского края. Установлено, что по органолептическим и физико-химическим показателям качество всех образцов соответствует требованиям стандарта. По результатам люминесцентного анализа выявлена фальсифицированная продукция. Предприятию даны рекомендации по обновлению ассортимента мороженого.

Ключевые слова: потребительский рынок, мороженое, качество, балльная оценка, фальсификация, люминесцентный метод

Abstract. A study was made of the quality of six samples of vanilla ice cream in a waffle cup sold on the consumer market of the Perm Territory. It has been established that the quality of all samples meets the requirements of the standard in terms of organoleptic and physico-chemical parameters. According to the results of luminescent analysis, falsified products were revealed. The company was given recommendations on updating the range of ice cream.

Keywords: consumer market, ice cream, quality, scoring, falsification, luminescent method

Молочные продукты входят в рацион питания большей части населения нашей страны. Среди них особое место занимает мороженое, которое обладает прекрасными органолептическими свойствами и высокой биологической ценностью. В связи с тем, что данная группа пищевых продуктов занимает важное место в детском питании, вопросам ее качества, безопасности и фальсификации уделяется пристальное внимание. Нами в работах [1,2,3] показано, что данная проблема не теряет своей актуальности в настоящее время.

Сегодня на российском рынке мороженого имеет место жесткая конкуренция и усиливающаяся консолидация. Крупнейшими производителями

данного продукта по итогам 2020 года являются 10 компаний, на долю которых приходится почти 60% объема выпущенного мороженого. На первом месте в рейтинге компания Unilever, второе - у ГК «Ренна», третье место занимает ГК «Айсберри» [4]. Продукция данных производителей присутствует в торговой сети Прикамья.

Целью работы является оценка качества и выявление фальсификации мороженого, реализуемого на потребительском рынке Пермского края. На основании анализа ассортимента мороженого в магазине и обзора рынка мороженого нами были выбраны 6 образцов пломбира ванильного в вафельном стаканчике разных производителей.

На первом этапе исследования была проведена работа по выявлению возможной информационной фальсификации образцов мороженого. В соответствии с Техническим регламентом [5] это исследование проведено с использованием аналитического метода. В данном случае анализировалась информация, представленная в маркировке мороженого.

Наименование мороженого относится к основным идентифицирующим признакам. В соответствии с установленными требованиями, оно не должно вводить в заблуждение потребителя. В том случае, когда мороженое изготовлено с добавлением заменителей молочного жира в его наименовании запрещается указывать понятия «пломбир», «сливочное» или «молочное». Кроме этого, при использовании пищевых красителей обязательно нанесение предупредительной надписи.

В соответствии с Техническими регламентами и стандартом на мороженое [5,6,7] маркировка должна содержать ряд обязательных сведений. Определяющими для идентификации данного продукта являются данные о его составе. Обязательно указывается информация о содержании различных групп пищевых добавок, что крайне важно в обеспечении безопасности потребителей. К обязательным сведениям в маркировке относятся также масса нетто, дата изготовления, срок годности и условия хранения. В том случае, когда качество и безопасность молочного продукта может измениться после вскрытия упаковки, производитель должен указать условия его хранения после вскрытия упаковки.

К обязательной информации в маркировке продукта относится также указание наименования и места нахождения производителя. В том случае, когда это индивидуальный предприниматель, обязательным требованием является указание его фамилии, имени, отчества и места нахождения.

Показатели пищевой ценности молочных продуктов и рекомендации и (или) ограничения по использованию также должны быть указаны в маркировке. В том случае, когда в составе молочного продукта содержится ГМО в количестве более 0,9%, в маркировке должны присутствовать сведения об их наличии. Единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза также относится к обязательной информации маркировке продукта.

По результатам анализа маркировки мороженого были сделаны выводы о ее соответствии требованиям законодательных и нормативных документов [5,6,7]. Надо отметить, что в составе всех образцов, за исключением образца №5 присутствуют эмульгаторы - моно- и диглицериды (Е471), которые практически всегда используют в данном продукте. Они улучшают способность смеси к насыщению воздухом, и при этом получается более «сухое» мороженое.

Во всех образцах в составе присутствуют стабилизаторы, такие как камедь рожкового дерева, гуаровая камедь и каррагинан, которые придают кремообразную консистенцию мороженому. Они также препятствуют возможному росту кристаллов льда и лактозы в процессе хранения продукта. Кроме того, данные пищевые добавки необходимы для того, чтобы придать однородность мороженому и повысить его сопротивляемость таянию. Все они безопасны для потребителей при соблюдении нормы содержания, поэтому встречаются повсеместно. Во всех образцах отсутствуют усилители вкуса.

Информация на потребительской упаковке всех образцов расположена и доведена до потребителя в наглядной и доступной форме, четкая и достаточно читаемая. В маркировке всех образцов указан стандарт, в соответствии с которым они изготовлены.

В результате исследования органолептических показателей качества мороженого сделаны выводы о соответствии всех образцов требованиям стандарта[7]. Для сравнительной оценки данных показателей нами применен экспертный метод. При этом предварительно разработана соответствующая шкала, в которой наибольшее количество баллов отведено таким показателям, как вкус и запах, по 7 баллов соответственно. Остальным органолептическим показателям, таким как консистенция и структура в шкале отведено по 5 баллов, цвету – 3, внешнему виду - 2 балла. Была также составлена также шкала скидок по каждому возможному дефекту мороженого.

В дегустации участвовало 10 экспертов, которые оценивали качество мороженого по каждому показателю от 1 до 5-ти баллов. Заполненные дегустационные листы были собраны, проведена математическая обработка. Обобщение дегустационных оценок качества продукции выполнено методом усреднения.

Результаты экспертной оценки представлены в таблице 1.

Нами установлено, что практически все образцы набрали довольно большое количество баллов, что свидетельствует об их высоком качестве. По полученным данным можно сделать вывод, что самым лучшим образцом мороженого, по мнению экспертов, является образец № 2 (28 баллов), далее за ним следуют образцы №6 (27,8 баллов) и №3 (27,6 балла).

Наименьшее количество баллов набрал образец № 5 (25 баллов). У него образца снижен балл по такому показателю, как вкус – недостаточно выраженный с едва уловимым посторонним привкусом, а также «внешний вид», так как имеются незначительные повреждения вафельного стаканчика.

Таблица 1

Результаты бальной оценки органолептических показателей качества образцов

№ образца	Обобщенные баллы экспертов						Общее количество баллов и уровень
	Внешний вид	Цвет	Консистенция	Запах	Структура	Вкус	
Образец №1	2	3	4	6,8	5	6	26,8 «отлично»
Образец №2	2	3	5	7	5	6	28 «отлично»
Образец №3	3	3	4,8	6,6	4,8	5,4	27,6 «отлично»
Образец №4	3	3	4,6	6,6	4,8	4,8	26,8 «отлично»
Образец №5	2	3	4,2	6,8	5	4	25 «отлично»
Образец №6	3	3	4,8	6,8	4,8	5,4	27,8 «отлично»

Измерительный и расчётный метод применен при исследовании физико-химических показателей, таких как масса нетто, кислотность и массовая доля сухих веществ. Отклонение массы нетто во всех образцах соответствует требованиям стандарта [8]. Масса нетто во всех образцах мороженого соответствует массе нетто, заявленной производителями в маркировке продукта.

Кислотность является одним из показателей качества сырья, в частности, мороженого и характеризует степень его свежести. Под общей кислотностью подразумевается содержание в мороженом всех кислот и их кислых солей, реагирующих со щелочью при титровании. Повышенная кислотность в мороженом может вызвать незначительный зуд, головную боль или изжогу. Так же кислотность в мороженом говорит о качестве и натуральности молока в его содержании. Кислотность определяли путем применения титриметрического индикаторного метода [9]. Установлено, что во всех образцах данный показатель соответствует требованиям стандарта [5].

По массовой доле сухого вещества судят о пищевой ценности мороженого. Чем выше значение данного показателя, тем большая вероятность, что данный продукт является натуральным. Данный показатель определяли с помощью метода высушивания навески мороженого при 180 °С до постоянного веса по методике, изложенной в стандарте [10]. По результатам определения данного показателя все исследуемые образцы соответствуют требованиям стандарта [5].

Далее было проведено исследование возможной фальсификации образцов мороженого люминесцентным методом [11].

В таблице 2 представлены результаты люминесцентного анализа исследуемых образцов мороженого.

Таблица 2

Результаты выявления фальсификации образцов мороженого

Исследуемые образцы мороженого	Цвет люминесценции	
	Фактический	Молочный жир
Образец №1	Светло- желтый	От светло - желтого до желтого цвета
Образец №2	Желтый	
Образец №3	Светло-желтый	
Образец №4	Светло-желтый	
Образец №5	Белый	
Образец №6	Жёлтый	

По результатам проведённого люминесцентного анализа выяснилось, что образец мороженого №5 имеет белое свечение в люминоскопе, это свидетельствует о том, что в его составе нет молочного жира. В соответствии с Техническими регламентами [1,2] в наименовании мороженого, изготовленного с добавлением заменителей молочного жира, запрещается указывать понятия «пломбир», «сливочное» или «молочное».

Таким образом, нами выявлен факт информационной, качественной и ассортиментной фальсификации со стороны производителя мороженого образца №4, так как в маркировке нет надписи «мороженое с заменителем молочного жира».

Торговому предприятию рекомендовано сообщить производителю фальсифицированного мороженого о факте выявления фальсификации выпускаемой продукции и рассмотреть вопрос о введении в ассортиментную матрицу мороженое, которое имеет наилучшее качество.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Воронина Э.В. Качество продуктов питания как основа воспроизводства человеческого капитала. Глава в книге: Сфера обращения в системе воспроизводства. Пермь, 2017. С. 171-188.

2. Воронина Э.В. Проблема качества и безопасности меда, реализуемого на российском рынке / Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы. Сборник статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова, посвященной Году науки и технологий - 2021. Иваново,2021. – С.206-210. Паршин Д.С.,

3. Воронина Э.В. Менеджмент качества продуктов питания: проблема фальсификации молочных консервов // Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях: Материалы международной научно-практической конференции. Казань, 2016. - с. 40-42.

4. Опубликован рейтинг крупнейших производителей мороженого России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://sfera.fm/news/v-strane/opublikovan-reiting-krupneishikh-proizvoditelei-morozhenogo-rossii(дата обращения 19.03.2022)

5. ТР ТС 033/2013 О безопасности молока и молочной продукции – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/499050562 (дата обращения 24.10.2021)

6. ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/902320347 (дата обращения 19.02.2022).

7. ГОСТ 31457-2012 «Мороженое молочное, сливочное и пломбир. ТУ» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200096085 (дата обращения 24.10.2021)

8. ГОСТ 8.579-2019 «Государственная система обеспечения единства измерений (ГСИ). Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте». [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200036324 (дата обращения 04.03.2022).

9. ГОСТ Р 54669-2011 «Молоко и продукты переработки молока. Методы определения кислотности», М.: Стандартинформ, 2015.- 16 с.

10. ГОСТ Р 54668-2011 «Молоко и продукты переработки молока. Методы определения массовой доли влаги и сухого вещества». М.: Стандартинформ, 2015.- 11 с.

11. Лебухов В. И., Окара А. И., Павлюченкова Л. П. Физико-химические методы исследования. - СПб.: Издательство «Лань», 2012. - 480 с.

УДК 339.564:63-021.66(470.56)

Регулирование предпринимательской деятельности для стимулирования экспорта продукции АПК в Оренбургской области

Л.А. Добродомова, *к.э.н., доцент*
ФГБОУ ВО «Оренбургский ГАУ»

Аннотация. Статья посвящена регулированию предпринимательской деятельности в целях стимулирования экспорта агропромышленной продукции Оренбургской области. Показано место отрасли сельского хозяйства во внешнеэкономической деятельности региона и перспективы экспорта продукции АПК.

Ключевые слова: Оренбургская область, экспорт продукции АПК, стимулирование экспорта, предпринимательская деятельность

Annotation. The article is devoted to the regulation of entrepreneurial activity in order to stimulate the export of agro-industrial products of the Orenburg region. The place of the agricultural sector in the foreign economic activity of the region and the prospects for the export of agricultural products are shown.

Keywords: Orenburg region, export of agricultural products, export promotion, entrepreneurial activity

В условиях глобализации особое место в национальной экономике отведено внешнеторговой деятельности, которая в свою очередь создает целостную экономическую систему, объединяя целые государства и их отдельные регионы в единый механизм. Внешнеэкономическая деятельность Оренбургской области неразрывно связана с состоянием российской экономики в целом. Негативные или, наоборот, позитивные явления в национальной экономике напрямую отражаются на развитии региона и показателях его внешней торговли. Чтобы объективно оценить значение экспорта для

Оренбуржья, необходимо детально изучить структуру товарооборота региона за период с 2015 по 2020 годы.

Таблица 1

Динамика состава и структуры внешнеторгового оборота Оренбургской области за 2015-2020 гг.

Показатели	Объем внешнеторгового оборота млн. долл.			Структура внешнеторгового оборота, %		
	2015 г.	2020 г.	2020 г. в % к 2015 г.	2015 г.	2020 г.	Отклонение 2020 г. от 2015 г. (+;-)
Внешнеторговый оборот – всего, в том числе:	3118,2	2128,1	68,3	100,0	100,0	х
экспорт	2464,0	1805,8	73,3	79,0	84,9	+5,9
импорт	654,2	322,3	49,3	21,0	15,1	-5,9

С присоединением в 2014 году Крыма и введением мировым сообществом против России санкций произошли значительные изменения в динамике и структуре внешнеторгового оборота Оренбургской области. Так, объем внешнеторгового оборота региона сократился с 3118,0 млн. долл. в 2015 г. до 1805,8 млн. долл. в 2020 г. (или на 31,7%). При этом, объем экспорта уменьшился на 26,7%, а импорта – в 2 раза. В структуре внешнеторгового оборота за исследуемый период доля экспорта по сравнению с импортом выросла на 5,9 пп.

Переломный момент в активизации экспорта произошёл после девальвации рубля в конце 2014 г. Из-за введения ограничительных санкций на торговлю со странами ЕС и значительного удорожания товаров государственная политика в аграрном секторе была направлена на импортозамещение [1].

Принятая на федеральном уровне Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, и подкрепленная региональными программа поддержки сельских товаропроизводителей («Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Оренбургской области» от 29 декабря 2018 года N 918-пп, Региональный проект «Экспорт продукции АПК») позволили изменить ситуацию в сфере внешнеэкономической деятельности аграрного сектора Оренбуржья. В совокупности данные меры привели к значительному снижению импорта и росту экспорта за последние пять лет, как в целом в России, так и в Оренбургской области.

В структуре экспорта Оренбургской области доля продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья выросла с 3,2% в 2015 г. до 9,4% в 2020 г. [2]. Динамика изменения основных показателей, характеризующих место АПК в экономике России и Оренбургской области представлена в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика Оренбургской области и России по основным показателям производственной и внешнеэкономической деятельности АПК [2]

Показатели	Оренбургская область	Россия
Доля занятых в сельском хозяйстве (2020 г.), %	14,6	6,9
Средний за 3 года вклад сельского хозяйства в ВРП (ВВП), %	8,8	4,6
Средний за 3 года вклад пищевой отрасли в обрабатывающую промышленность, %	12,4	15,8
Доля экспорта АПК в общем экспорта региона (страны) (2020 г.), %	9,6	5,9

Несмотря на то, что определяющее значение в экономике региона имеют горнодобывающий и нефтегазовый комплексы, АПК в последние годы укрепляет свои позиции в отраслевой структуре. Тип экономики Оренбургской области: индустриально-аграрный, поэтому в сельском хозяйстве Оренбуржья даже с учетом сильнейшего миграционного оттока последних лет, занято 14,6% от общего числа занятых в экономике региона.

Вклад сельского хозяйства в ВРП региона достиг в 2020 году 8,8%, что существенно выше среднероссийского уровня.

Экспорт АПК Оренбургской области в 2019 году показал рост на 8% к уровню экспорта 2018 года. Основный прирост обеспечен увеличением объемов поставок масложировой продукции и прочей продукции АПК (главным образом, семян масличных культур). В 2020 году экспорт продукции АПК продолжил рост и составил 173 млн. долл. США (+43% к уровню 2019 года) [2].

Рисунок 1 – Динамика экспорта продукции АПК в Оренбургской области

Видовая структура экспорта АПК Оренбургской области представлена в таблице 3.

Регион увеличил специализацию на масложировом экспорте благодаря реализации инвестиционного проекта Группой «НМЖК» в строительство Сорочинского МЭЗ.

Выбор именно Оренбургской области для строительства обусловлен наличием в регионе сырьевой базы, так как в регионе производится ежегодно 400-600 тыс. тонн подсолнечника.

Таблица 3

Товарная структура экспорта АПК Оренбургской области (десятка основных видов продукции), млн. долл. США

Виды продукции	2015 г.	2020 г.	Топ 3-страны импортера
Масло подсолнечное, хлопковое, сафлоровое	16,2	53,6	Азербайджан, Узбекистан, Казахстан
Пшеница	17,4	29,1	Казахстан, Азербайджан, Турция
Жмыхи, шрот	2,0	18,7	Дания, Швейцария, Германия
Колбасы	12,6	9,9	Казахстан, Киргизия
Ячмень	0,4	7,6	Казахстан, Азербайджан
Семена льна	3,5	7,3	Бельгия, Латвия, Польша
Яйцо и яичные продукты	0,4	6,5	Казахстан
Семена подсолнечника	0,5	6,4	Казахстан, Турция, Польша
Свинина (свежая, заморож., охл.)	0,2	2,7	Казахстан, Киргизия, Вьетнам
Филе рыбное и прочая рыба	1,4	1,7	Германия, США, Казахстан

Если в прежние годы более 300 тыс. тонн маслосемян оренбургские сельхозтоваропроизводители продавали за пределы региона, то с вводом в действие Сорочинского МЭЗ подсолнечник перерабатывается и за пределы Оренбуржья реализуется подсолнечное масло – товар с высокой добавленной стоимостью. Кроме того, возрос объем экспорта жмыха с 2 млн. долл. в 2015 г. до 18,7 млн. долл. в 2020 г. (или в 9 раз).

Вторым видом продукции по объему экспорта в 2020 году была пшеница. Выручка от её экспорта составила 29,1 млн. долл. США. Но стабильности в получении экспортной выручки от продажи зерна нет (рисунок 2).

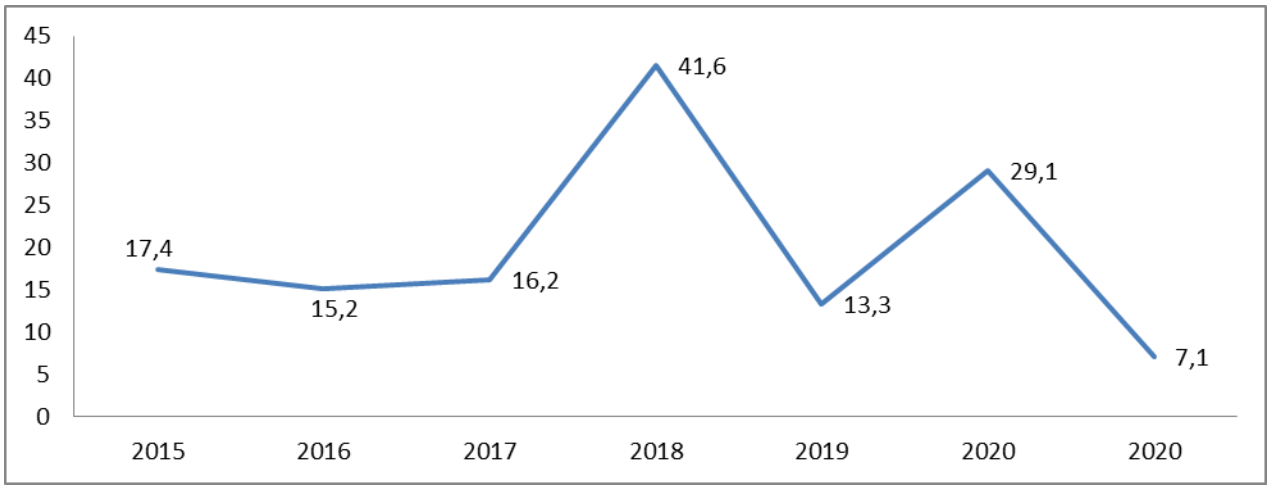

Рисунок 2 – Динамика экспортной выручки Оренбургской области от продажи пшеницы, млн. долл. США

Из этого же рисунка видно, что потенциал роста экспорта пшеницы имеется. Спрос на неё стабильно высокий, цены достойные. Однако, природно-климатические особенности региона и относительно низкое развитие отрасли приводят к отсутствию стабильности в производстве зерна.

Для стимулирования экспорта продукции АПК в Оренбургской области регулирование предпринимательской деятельности должно осуществляться в направлении развития сырьевой базы перерабатывающих предприятий, активизации продаж на экспорт продукции АПК с высокой добавленной стоимостью. Обеспечение перерабатывающей промышленности сырьем необходимо осуществлять, в первую очередь, на основе развития отрасли растениеводства, поскольку в структуре валовой продукции сельского хозяйства на растениеводство приходится в среднем 63% (усреднённые данные за 5 лет).

В 2015–2020 гг. общая посевная площадь сельскохозяйственных культур в Оренбургской области выросла на 2,3% с 4,2 до 4,3 млн. га. Первое место в структуре посевов занимают зерновые и зернобобовые культуры (66%). Второе место – технические культуры (20,9%), третье место – кормовые культуры (12,8%) [3].

Таблица 4

Структура посевных площадей, %

	Зерновые и зернобобовые культуры		Технические культуры		Кормовые культуры	
	2015 г.	2020 г.	2015 г.	2020 г.	2015 г.	2020 г.
Россия	59,3	61,2	16,2	17,7	21,6	18,8
Приволжский федеральный округ	54,7	57,0	16,9	18,9	25,9	22,5
Оренбургская область	65,5	66,0	17,4	20,9	15,5	12,8

Доля зерновых и технических культур в структуре посевной площади Оренбургской области преобладает по сравнению с данными по России и Приволжскому федеральному округу. При этом удельный вес посевов кормовых культур в Оренбуржье существенного ниже, чем в стране в целом и ПФО. Это свидетельствует о лимитирующем факторе (ограниченное количество кормовых ресурсов) при развитии отрасли животноводства.

При разработке мероприятий по регулированию предпринимательской деятельности в целях стимулирования экспорта продукции АПК следует учитывать, что основными производителями сельскохозяйственной продукции в регионе являются хозяйства населения (таблица 5).

Таблица 5

Организационная структура сельского хозяйства (по категориям хозяйств), %

	Коллективные с.-х. организации		Хозяйства населения		КФХ	
	2015 г.	2020 г.	2015 г.	2020 г.	2015 г.	2020 г.
Россия	55,2	56,5	32,4	31,0	12,4	12,5
Приволжский федеральный округ	49,5	50,3	38,6	37,9	11,9	11,8
Оренбургская область	33,0	31,0	47,6	51,4	19,4	17,6

За исследуемый пятилетний период наблюдается сокращение доли хозяйствующих субъектов (сельскохозяйственных организаций и КФХ) при одновременном увеличении доли производства сельскохозяйственной продукции в хозяйствах населения. В целях стимулирования экспорта приоритет нужно отдавать достаточно крупным сельскохозяйственным товаропроизводителям, которые смогут гарантировать ежегодные объемы поставок продукции и высокое её качество.

Лимитирующим фактором развития зернового хозяйства являются неблагоприятные условия засушливого климата, что определяет необходимость проведения мелиоративных мероприятий. Ввод в эксплуатацию мелиорируемых земель для выращивания экспортно-ориентированной сельскохозяйственной продукции целесообразен только на уровне достаточно крупных, стабильно работающих хозяйствующих субъектов.

Следует отметить, что в современных экономических условиях: массированное введение ограничительных санкций против России, разрыв договорных отношений с недружественными странами Европы и США отрицательным образом скажутся на внешнеэкономической деятельности России и Оренбургской области. В тоже время, следует отметить, что структура экспорта продукции АПК из Оренбургской области преобладает страны Азии, Африки, Ближнего востока и Закавказья. Существенно выросла доля Азербайджана и Узбекистана. За исследуемый период структура экспорта продукции АПК стала более дифференцированной: в 2015 году 10 первых стран обеспечили около 98% экспорта, в 2020 году на них пришлось 87% от совокупного объема экспорта региона.

По информации региона, одной из ключевых проблем наращивания объемов экспорта является недоиспользование транзитного потенциала Оренбургской области в полной мере. Инфраструктура и расположение региона позволяет формировать ускоренные контейнерные поезда («агроэкспрессы»), что позволяет существенно сократить время грузов в пути до КНР (в среднем 15 дней вместо 55 дней по морю).

Оренбургская область имеет высокий транзитный потенциал: по территории Оренбургской области проходит самый короткий маршрут из Москвы в Китай (через Соль-Илецк 4 422 км), через оренбургский участок российско-казахстанской границы ежегодно проходит более 600 тыс. грузовых автомобилей. Благодаря пограничному положению регион также имеет выход к странам Средней Азии. Таким образом, потенциал увеличения экспорта продукции существует.

Выделим наиболее значимые и перспективные направления регулирования предпринимательской деятельности с целью активизации экспортной деятельности предприятий АПК:

- Разработка мероприятий, направленных на активное включение во внешнеэкономическую деятельность стабильно работающих, крупных сельскохозяйственных организаций.

- Развитие товаропроводящей инфраструктуры, включающей строительство транснационального транспортного коридора «Западная Европа – Западный Китай» и создание ресурсно-распределительного центра, в составе которого можно выделить подразделение, специализирующееся на продукции предприятий АПК.

- Развитие приграничного сотрудничества в области транспорта и связи, рационального использования природных ресурсов и обеспечения экологической безопасности, повышения квалификации работников АПК.

- Создание системы регионального мониторинга экспорта продукции АПК, направленного на раннее выявление потенциальных экспортеров и продвижения их продукции, а также контроль за процессом выполнения государственных заданий по экспорту продукции АПК.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Добродомова Л.А. Обеспечение инвестиционной привлекательности сельскохозяйственной организации на основе оценки производственной безопасности // От импортозамещения к экспортному потенциалу: научно-инновационное обеспечение развития экономики и кадрового потенциала АПК: сборник материалов научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 25-26 февраля 2021).- Екатеринбург, 2021. С. 48-50.

2. Обзор. Экспортный профиль региона. Оренбургская область. Режим доступа: https://aemcx.ru/wp-content/uploads/2021/09/Экспортный-профиль-региона_Оренбург_1-09-2021.pdf (дата обращения 25.03.2022)

3. Цыгулева М.И. К вопросу об эффективности зерновой отрасли Оренбургской области и экономической безопасности АПК региона // Агропромышленный комплекс: проблемы и перспективы развития: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (Благовещенск, 21 апреля 2021).- Благовещенск: Издательство Дальневосточный государственный аграрный университет, 2021. С 283-289.

УДК 339.138

Векторы развития цифровой торговли на основе инновационно-инвестиционного развития экономики

Е.В. Ефременко, *к.э.н., доцент,*
заведующий кафедрой «Учет и аудит»
Государственного образовательного учреждения
высшего образования Луганской Народной Республики
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»,
г. Луганск, ЛНР

Аннотация. Систематизация результатов научного исследования позволила выделить основные тренды в цифровизации торговли, а также определить векторы развития цифровой торговли на основе инновационно-инвестиционного развития экономики.

Ключевые слова: цифровая торговля, инновационно-инвестиционное развитие, цифровая экономика, инновации, ритейл, цифровые технологии.

Abstract. The systematization of the results of the scientific research made it possible to identify the main trends in the digitalization of trade, as well as to determine the vectors of development of digital trade on the basis of innovation and investment development of the economy.

Keywords: digital trade, innovation and investment development, digital economy, innovation, retail, digital technologies.

В настоящее время розничная торговля является одним из самых быстро развивающихся сегментов российской экономики с заметным реальным практическим внедрением и применением цифровых решений. Эскалация цифровых продуктов, охватывающих торговый процесс, уверенно приближает отрасль к лидирующему пулу отраслей цифровизации (банки, ИКТ, страхование, медиа, промышленность и т.д.), становясь главным инструментом в привлечении потребителя и наращивании прибыли.

Сквозное проникновение новых технологий, сопровождаемое глубокими изменениями структуры и характера современного потребительского рынка, повышенными требованиями к развитию торговли в глобальном масштабе, обусловливает неизбежность трансформации «классической модели» розничной торговли. Природный потенциал и гибкость к внедрению цифровых продуктов в сочетании с высокой степенью социализации торговой отрасли обеспечивает расширенные возможности функционирования в новой конкурентной цифровой среде и достижение наибольшей динамики технологического опережения относительно других видов экономической деятельности [1, С.5-8].

Сфера розничной торговли была и остается одной из наиболее восприимчивых к различным инновациям, в ом числе в период развития цифровой экономики. В 2020 г. цифровизация и информатизация ритейла набирали обороты, и уже в 2021 г. ритейлерам необходимо решать новые задачи, чтобы выйти на новый уровень в условиях развития цифровой экономики и инновационно-инвестиционного развития экономики [2].

Переход на цифровые технологии принес с собой много заметных изменений в обществе в целом. Одна из главных тенденций заключается в том, что роль потребителя сместилась от пассивного соблюдения к активному доминированию. Наделенные силой использования цифровых технологий, потребители хотят взаимодействовать, принадлежать и влиять на бренды, которые они покупают.

Поскольку цифровые тенденции развиваются каждый год, маркетологи должны всегда быть в курсе изменений, чтобы легко адаптироваться к новым технологиям и оставаться впереди на рынке торговых услуг. Это поможет предприятиям розничной торговли получить конкурентное преимущество и

стать способными разрабатывать новые способы развития своего бизнеса, генерировать лиды и улучшать отношения со своими существующими клиентами [3].

На самом высоком уровне уже используются цифровых технологий для создания изменяющих концепций деятельности розничных торговых предприятий под воздействием бизнес-инноваций, которые разрушают существующие отрасли или создают совершенно новые, и такие трансформационные преобразования затронули и розничную торговлю.

Говоря о цифровой трансформации, важно понимать, что цифровая трансформация-это уже не только продажа или канал коммуникации. Это стало ключевым элементом уравнения ценности, которое бренды должны освоить. В настоящее время она охватывает целый ряд дисциплин, включая розничную торговлю, цепочку поставок, бренд-менеджмент и взаимодействие с клиентами.

На основе передовых цифровых технологий формируется широкий спектр решений, которые применяются едва ли не во всех отраслях экономики и социальной сферы. Некоторые цифровые технологии имеют четко выраженную отраслевую специфику (BIM, промышленные роботы и др.), другие могут быть использованы повсеместно для решения общих задач. Часть решений внедрены уже сейчас (умные счетчики для сбора данных о потреблении воды и электроэнергии и др.), часть — еще не получили широкого распространения и требуют комплексной модернизации («интеллектуальные сети», «цифровая подстанция», «интеллектуальное месторождение» в топливно-энергетическом комплексе, «цифровой завод», «цифровая верфь» — в промышленности).

Систематизация результатов научного исследования позволила выделить основные тренды в цифровизации торговли, а также определить векторы развития цифровой торговли на основе инновационно-инвестиционного развития экономики:

1. «Уберизация» характеризуется появлением и широким использованием новых цифровых платформ на рынке товаров и услуг. Ярким примером служит ситуация с Uber [4].

2. Внедрение нейронных сетей и широкое использование комплекса нейромаркетинга, как основы внедрения искусственного интеллекта в изучение потребителя.

3. Эволюция маркетплейсов в торговые платформы. В 2017 году «Яндекс» превратил свой сервис «Маркет» из стандартного маркетплейса, где с продавца взималась плата за переход на его сайт, в торговую платформу под ключ, включающую в себя витрину, оплату и доставку товара покупателю.

4. Популярным и узнаваемыми становятся цифровые технологии в деятельности предприятий торговли – это голосовые помощники и чат-боты.

5. Смещение SEO в контент-маркетинг свидетельствует о новом формате отношений к потребителю [5, С. 39-46].

6. Мобильный маркетинг через платформы – монополисты. Вот статистика Google: 6,0% приложений, загруженных в сторы, вообще никогда не скачивают. А 98% приложений используют всего единожды.

7. Искусственный интеллект масштабно внедряется в жизнь населения и способствует повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг, тем самым снижает уровень занятости маркетологов.

Согласно результатам исследования, использование цифровых технологий в управлении инновационной деятельностью предприятий торговли с целью повышения их инновационной активности включает:

– активный маркетинг для создания спроса на инновационную продукцию путем проведения маркетинговых исследований и внедрения маркетинговых инноваций в инновационную деятельность предприятия розничной торговли;

– концепцию маркетинговых отношений, которая дает возможность выстраивать долгосрочные и взаимовыгодные отношения между бизнесом и наукой;

– комплексный подход, рассматривающий управление инновационной деятельностью с двух точек зрения-с точки зрения производителя и потребителя.

В целом, аккумулируя полученные данные, наиболее важными выводами и акцентами результатов обследования относительно развития розничной торговли в контексте цифровых инноваций следует считать следующие:

– сквозное проникновение новых технологий, сопровождаемое глубокими изменениями структуры и характера современного потребительского рынка, повышенными требованиями к развитию торговли в глобальном масштабе, обусловливает неизбежность трансформации «классической модели» розничной торговли;

– в фокусе продвигаемых высокотехнологических продуктов - технологии виртуальной и дополненной реальности;

– цифровизация замедлялась в связи недостаточным опытом сотрудников для внедрения технологий и распространения компетенций в сфере ИКТ.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Цифровая активность организаций розничной торговли. М.: НИУ ВШЭ. 2019. С. 5-8.*
2. *Цифровизация в торговле [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/pervaya-sistema-tsifrovizatsiya-v-torgovle/*
3. *10 Digital Marketing Trends for 2019 you Should Know [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.digitaldoughnut.com/articles/2018/december/10-digital-marketing-trends-for-2019*
4. *Uber. Официальный сайт [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.uber.com/*

5. Каранатова Л. Г., Кулев А. Ю. Современные подходы к формированию инновационных экосистем в условиях становления экономики знаний // Управленческое консультирование. 2015. №12 (84). С. 39-46.

УДК 339.138

Условия обеспечения продовольственной безопасности на рынке мяса птицы в рамках борьбы с распространением COVID-19

***А.В. Иванченко**, к.т.н., доцент*
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье определены направления обеспечения продовольственной безопасности на рынке мяса птицы в рамках борьбы с распространением COVID-19. Определены основные и в тоже время глобальные для рынка мяса птицы направления распространением COVID-19, которые оказывают существенное влияние на состояние рынка мяса птицы. Представлены инициативы по улучшению животноводства, в том числе и рынка мяса птицы и борьбе с болезнями и вирусами с целью обеспечения продовольственной безопасности.

Ключевые слова: рынок мяса птицы, COVID-19, продовольственная безопасность, вирусы, животноводство, здравоохранение, стратегия профилактики.

Abstract. The article defines the directions of ensuring food security in the poultry meat market as part of the fight against the spread of COVID-19. The main and at the same time global trends in the spread of COVID-19 for the poultry meat market have been identified, which have a significant impact on the state of the poultry meat market. Initiatives are presented to improve animal husbandry, including the poultry meat market and the fight against diseases and viruses in order to ensure food security.

Keywords: poultry meat market, COVID-19, food security, viruses, animal husbandry, healthcare, prevention strategy.

Рынок мяса птицы должен глобально объединить систему здравоохранения и биобезопасность отрасли в единое целое, и этот урок, извлеченный из COVID-19, поскольку мировое здравоохранение является единым целым. Усилить программу защиты, профилактики и контроля на птицефабриках. Обеспечить качество продукции и внедрить новые программы по предотвращению передачи зоонозных заболеваний. Повышение врожденного иммунитета животных как передовой линии профилактики

заболеваний и борьбы с ними. Они вводили строгие правила в отношении биобезопасности животных, их гигиенического состояния и зоонозных заболеваний. Улучшить программу защиты, профилактики и борьбы с болезнями на птицефабриках. Повышение врожденного иммунитета животных как передовой линии профилактики заболеваний и борьбы с ними. Возникающему заболеванию следует уделять максимальное внимание. Объединять и регулировать глобальное перемещение животных и птицы и торговлю домашними и дикими животными. Обеспечить качество продукции и внедрить новые программы по предотвращению передачи зоонозных заболеваний [1, с. 250-252.].

Животноводство во всем мире стало единым, взаимосвязанным подразделением. Таким образом, пандемия COVID-19 подчеркнула необходимость признания большого риска, который нынешние вирусы и будущие микроорганизмы, которые могут привести к пандемиям, представляют для здоровья животных. Правительствам следует установить новые правила в области охраны здоровья животных, торговли и перемещения домашних и диких животных и предоставить достаточные исследовательские средства для этих мероприятий, чтобы разработать стратегический план обеспечения непрерывных поставок животного белка.

Стратегия профилактики для борьбы с распространением COVID-19 заключается в блокировании, блокировании путей передачи и просвещении общественности в целях повышения ее осведомленности о болезни и сокращения торговой деятельности.

Для борьбы с недавней вспышкой необходимо разработать и применять глобальную стратегию во всем мире. Уроков, извлеченных из COVID-19, бесчисленное множество, и их нелегко перечислить. Однако, возможно, наиболее важными уроками являются необходимость повышения естественного иммунитета в качестве первой линии обороны и то, что здоровье всего мира должно рассматриваться как единое целое, которое нелегко распутать.

Что касается птицеводства, то большое внимание уделяется ограничению распространения вируса инфекционного бронхита птиц, который относится к роду гаммакоронавирусов и не передается людям. Этот факт говорит о том, что домашняя птица вряд ли распространит или послужит резервуаром для этих вирусов. Первоначально вирус поражает дыхательную систему; однако некоторые штаммы демонстрируют изменение тканевого тропизма и распространяются на другие органы, такие как почки, яйцевод и желудочек. Инфекция в основном сопровождается снижением темпов роста и снижением качества и количества яиц.

Диагностика и лечение болезней домашней птицы являются наиболее распространенными инструментами контроля и предотвращения передачи и распространения болезней. Самым последним примером является птичий грипп, где ранняя диагностика источника и пути распространения вируса

помогла контролировать заболевание и разработать эффективную вакцину против этого зоонозного заболевания. В будущем исследовании улучшения в лабораторной диагностике позволят проводить чувствительную, быструю и точную диагностику заболеваний, а раннее посредничество станет реальностью.

Первым направлением борьбы с инфекционными заболеваниями является предотвращение распространения болезни и предотвращение дальнейшего распространения с помощью строгой биозащиты, создания и поддержания иммунитета и вакцинации. Мировое птицеводство активно отбирало птицеводство по признакам, которые направлены на максимальное производство птицы и улучшение использования кормов и прибыли от сельского хозяйства.

Борьба с болезнями является ключевым элементом для улучшения животноводства и безопасности пищевых продуктов и, следовательно, благополучия человека. В Саудовской Аравии Национальная программа преобразований 2020 Министерства окружающей среды, водных ресурсов и сельского хозяйства, которая является частью концепции Королевства до 2030 года, включает следующие инициативы по улучшению животноводства и борьбе с болезнями:

1. Увеличить коэффициент самообеспеченности цыплят-бройлеров на 42-60%;

2. Мониторинг инфекционных заболеваний для увеличения числа контролируемых заболеваний животных с 2 до 21, особенно наиболее важных и распространенных заболеваний в Королевстве;

3. Увеличить охват животных ветеринарными службами с 20 до 70 % для повышения продуктивности и снижения риска заболеваний и гибели животных из-за стоимости лечения, повышенной смертности и низкой продуктивности;

4. Разработать ветеринарные вакцины и центры производства местных патогенных штаммов;

5. Создать программу по расследованию и борьбе с инфекционными заболеваниями животных.

Будем надеяться, что эти инициативы увенчаются успехом и окажут положительное влияние на животноводство в Саудовской Аравии, что в конечном итоге улучшит благосостояние людей, повысит самообеспеченность и создаст новые рабочие места для молодого населения.

Взаимосвязь между питанием и иммунитетом для цыплят имеет жизненно важное значение с точки зрения качества и количества. Важной проблемой, которая может повлиять на иммунитет, здоровье и производительность домашней птицы, являются пищевые компоненты. Сырой белок является самым дорогим продуктом в питании домашней птицы, как на уровне белка, так и в качестве источника белка; незаменимые аминокислоты имеют решающее значение. Из-за особенностей пищеварительного тракта домашней птицы требуются концентрированные корма, и жизненно важны

незаменимые аминокислоты, а не сырой белок. Использование незаменимых аминокислот может быть сведено к минимуму для снижения затрат и загрязнения азотом. Иммунная функция - это сложная система, которая требует более высоких концентраций питательных веществ (аминокислот, жирных кислот, витаминов и минералов), чем для продуктивных качеств. Кроме того, иммунитету уделяется первостепенное внимание в отношении распределения питательных веществ между функциями организма. Белок и незаменимые аминокислоты жизненно важны для роста и образования антител, а также для хорошо функционирующей иммунной системы.

Успех любой программы по регулированию заболеваний зависит от гигиены, применения надлежащих санитарных условий на фермах, программ вакцинации и соответствующих образовательных программ для птицеводов. Кроме того, следует использовать полезные образовательные программы для заметного повышения осведомленности общественности об основных мерах, необходимых для защиты от зоонозных заболеваний [2].

Глобальное сотрудничество и торговля заставят правительства во всем мире синхронизировать свое действующее законодательство, связанное с рынком, борьбой с болезнями, питанием домашней птицы и лицензированием лекарств и вакцин для ветеринарной практики, особенно после пандемии COVID-19 с целью обеспечения продовольственной безопасности. Стремление потребителей к высококачественным продуктам из мяса птицы окажет сильное влияние на производственную практику [3].

Следовательно, акционеры, ветеринары, фермеры и все другие партнеры, участвующие в цепочке птицеводства, должны разделять больше задач и расширять сотрудничество. Биозащита, гигиена, иммунитет - это передовые рубежи обороны, возможно, величайший урок, который мы извлекли из пандемии COVID-19.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жадаева Е. В. Перспективы и тенденции развития мирового рынка мяса птицы / Е. В. Жадаева // Молодой ученый. 2019. № 23 (261). С. 250-252.

2. Обзор мясной отрасли Российской Федерации. Аналитический отчет [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.fao.org/3/i3533r/i3533r.pdf

3. Гущин В.В. Развитие птицеводства – фактор продовольственной безопасности страны [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.myaso-portal.ru/news/analytics/razvitie-ptitsevodstva-faktor-prodovolstvennoy-bezopasnosti-strany/

УДК 339.138

Оценка экономической диагностики рынка единых государственных услуг

В.Ю. Малкин, *к.ю.н., доцент*
Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
г. Луганск, ЛНР

Аннотация. В статье рассмотрены современные подходы к оценке экономической диагностики рынка единых государственных услуг. Также оценка современного состояния развития рынка единых государственных услуг и перспективы развития рынка в условиях государственного регулирования и цифровой трансформации.

Ключевые слова: *рынок единых государственных услуг, экономическая диагностика, удовлетворенность клиента, государственные и муниципальные услуги, цифровые технологии, правительство, регулирование, контроль.*

Abstract. The article considers modern approaches to the assessment of economic diagnostics of the market of unified public services. Also, an assessment of the current state of development of the unified public services market and the prospects for market development in the context of state regulation and digital transformation.

Keywords: *unified public services market, economic diagnostics, customer satisfaction, state and municipal services, digital technologies, government, regulation, control.*

При изучении современных подходов к оценке экономической диагностики рынка единых государственных услуг необходимо осуществлять оценку прежде всего удовлетворенности клиента государственной услугой, что является следствием комплексного воздействия таких факторов как:

– реализация потребности в государственной услуге (получение услуги);

– процесс предоставления государственной услуги (доступность, своевременность);

– результат (положительное решение о предоставлении государственной услуги, улучшение материального положения потребителя услуги);

– положительная оценка окружения (знакомых и родственников);

– сопричастность к классу (группе) таких же потребителей государственной услуги (принадлежность к категории ветеранов).

Таким образом, можно выделить актуальные тренды в развитии рынка единых государственных услуг.

1. Широкое внедрение цифровых технологий преобразует структуру рынка услуг в целом.

2. Изменяются привычки клиентов и потребителей, благодаря использование интернет-устройств, которые предоставляют потребителям прямой доступ к онлайн-услугам.

3. Расширяется спектр предоставляемых услуг, оказывая влияние на этапы формирования, продвижения и распространение (предоставления) услуги.

Это означает, что органы государственной и муниципальной власти должны адекватно и целостно планировать, разрабатывать стратегию и реализовывать ее по всем каналам продвижения услуги. И это является основной причиной, почем органы государственной и исполнительной власти во всем мире вкладывают значительные средства в цифровизацию государственных услуг [1, с. 145-148].

Внедряемые в настоящее время цифровые технологии (технологии «цифрового правительства») позволяют значительно увеличить возможности по анализу данных и, соответственно, повысить надежность планирования, мониторинга и оценки программ. Так, если сегодня анализ данных при оценке результатов зачастую сводится к сопоставлению плановых и фактических значений показателей, оценке степени исполнения мероприятий и достижения контрольных точек, то использование «больших данных» и искусственного интеллекта позволяет оценивать влияние реализации государственных программ и их отдельных мероприятий на различные целевые группы (например, путем применения рандомизированных контролируемых исследований), устанавливать причинно-следственные связи между принимаемыми управленческими решениями и достигаемыми результатами, вырабатывать варианты коррекции программ и политик и оценивать вероятность их успешной реализации [2, с. 70-93].

Изменения в социально-экономической ситуации, произошедшие за последний год в стране и в мире, спровоцированные пандемией коронавируса, отразились и на востребованности тех или иных государственных и муниципальных услуг. Так, в 2020 году наблюдается значительный рост востребованности социальной поддержки (выплат пособий) (+5,3%), при одновременном снижении востребованности услуги по оформлению загранпаспорта (-4,1%).

С целью упрощения процедур предоставления услуг и сервисов, оказываемых на базе МФЦ (вне зависимости от статуса поставщика), при одновременном расширении их перечня необходимо обеспечить решение следующих задач: обеспечение предоставления в МФЦ всех государственных и муниципальных услуг, за исключением услуг, оказание которых в МФЦ невозможно или нецелесообразно.

Разработка и комплексная реализация общесистемных мероприятий, направленных на решение указанных задач, позволит перейти к новому формату организации предоставления услуг на всей территории Российской Федерации [3].

Новый формат госуслуг - это цифровые суперсервисы, которые должны охватить 90% «взаимодействия» граждан и бизнеса с государством. В Российской Федерации сформированы 25 суперсервисов, которые охватывают основные жизненные ситуации граждан и бизнеса. Они выполняют примерно 200 отдельных услуг федерального, регионального и муниципального уровня, а также негосударственные услуги. Формирование и работа цифровых суперсервисов – это комплексный и системный подход в функционировании бизнес-процессов, организации бизнесвзаимодействия между связанными лицам и субъектами взаимодействия, в которой работают и тесно переплетены полномочия сотрудников органов власти, аналитиков, экспертов, общественных организаций и граждан [4].

С целью оценки моделей экономической диагностики рынка единых государственных услуг необходимо организовать обеспечение открытости контрольно-надзорных органов и недопущения неоднозначного понимания норм и правил, обеспечивающих соблюдение законных прав и интересов граждан и бизнеса необходимо обеспечить в МФЦ:

– информирование о предмете и объектах государственного контроля (надзора), муниципального контроля; правах, обязанностях и ответственности контрольнонадзорных органов и контролируемых лиц, порядке организации государственного контроля (надзора), муниципального контроля и др.;

– предоставление субъектам предпринимательства необходимой информации, в том числе из сводного плана проведения проверок, как при обращении, так и проактивно;

– организация доступа к цифровым сервисам, содержащим реестры обязательных требований по направлениям контрольно-надзорной деятельности, проверочные листы для проведения проверки и т.д., помощь в регистрации и получении доступа к личному кабинету.

Использование новых электронных платформ и цифровых технологий создает предпосылки для трансформации функций государственного управления, развития институциональных форм, развития рынка единых государственных услуг, позволяющих обеспечивать более эффективное взаимодействие между государственными органами управления и обществом. Однако успешная реализация данной программы возможна только при условии достижения консенсуса в определении стратегических целей выбранной обществом модели социально-экономического развития, базирующейся на фундаментальном понимании роли, задач и функций государства, частного бизнеса и общества.

Правительству совместно с бизнесом необходимо предпринять следующие шаги для преодоления проблемы развития цифровой экономики: развивать инфраструктуру мобильного интернета, интернета вещей, облачных технологий и кибербезопасности, т.е. «прочную» инфраструктуру; создавать полноценные условия для электронной коммерции и электронного бизнеса; формировать «мягкую» инфраструктуру, направленную на открытость данных,

идентификацию и доверие граждан, улучшение государственных услуг и т.д.; обеспечивать проекты цифровой трансформации путем их реализации на региональном и национальном уровнях; предоставлять населению информацию о возможных рисках от тотальной цифровизации экономики; обеспечивать технологическую и консультационную поддержку в области использования защищенных информационно-коммуникационных систем.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Куликова Д.В. Трансформация бизнес-моделей в сфере услуг под влиянием новых технологий // Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции: Материалы Всероссийской научно-практической конф., Н. Новгород, 26 марта 2019 г. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ. 2019. С. 145-148.*
2. *Добролюбова Е.И. Государственное управление по результатам в эпоху цифровой трансформации: обзор зарубежного опыта и перспективы для России // Вопросы государственного и муниципального управления. 2018. № 4. С. 70-93.*
3. *Концепция совершенствования предоставления государственных и муниципальных услуг и развития системы многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг (2020 - 2024 годы) [Электронный ресурс] Режим доступа: https://mfc13.ru/upload/iblock/ab4/ab4b2238878ffa88c25da60319fab531.pdf*
4. *Концепция Единой экосистемы государственных и муниципальных информационных и сервисных ресурсов реализуют в рамках нового формата госуслуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kamgov.ru/emr/razdolnoe/news/koncepciu-edinoj-ekosistemy-gosudarstvennyh-i-municipalnyh-informacionnyh-i-servisnyh-resursov-realizuut-v-ramkah-novogo-formata-gosuslug-22832/.*

УДК 332:339

Трудоспособное население региона как фактор развития потребительского рынка Волгоградской области

***Е.С. Монина**, преподаватель*
Волгоградский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье представлен краткий обзор факторов, влияющих на развитие регионального потребительского рынка. Выделены факторы, влияющие на изменение структуры спроса и предложения, а также на территориальную организацию торговой сети, а также факторы, предопределяющие уровень конкуренции. Особое внимание уделяется трудовым ресурсам, формирующим платежеспособный спрос.

Ключевые слова: региональный потребительский рынок, население, трудовые ресурсы, доходы.

Abstract. The article presents a brief overview of the factors influencing the development of the regional consumer market. The factors influencing the change in the structure of supply and demand, as well as the territorial organization of the retail network, as well as factors determining the level of competition are highlighted. Special attention is paid to labor resources that form effective demand.

Keywords: regional consumer market, population, labor resources, income.

Состояние потребительского рынка имеет фундаментальное значение для обеспечения качества жизни и комфортной среды обитания, а также здоровья населения, которое зависит от качества и безопасности продуктов, распространяемых через розничную сеть, в основном из продуктов питания, лекарственных препаратов и прочих социально-значимых товаров. Пандемия Covid-19 и события на Донбассе оказали свое влияние на развитие потребительского рынка, и не только на него. После начала спецоперации на Украине, население региона, и страны в целом, в очередной раз задумалось о том, что будет с ценами и запасом продуктов в сетевых магазинах. В связи с этим формирование и развитие потребительского рынка в настоящее время зависит от влияния разнонаправленных факторов, классификация которых зависит от ряда признаков: масштаба, природы возникновения, степени и характеру влияния, возможности измерения, степени управляемости, характеру воздействия, степени предсказуемости, направленности воздействия и др.

Характеристике данных факторов посветили свои работы многие отечественные и иностранные исследователи, такие как С. Г. Азикова, М.С. Добрякова, Н. И. Кузичкина, В.В. Радаев, А.Б. Шогенов выделяют доминирующие факторы (социально-демографические и географические сдвиги в структуре населения, изменения потребительских предпочтений, изменения в уровне и структуре цен, характер соотношения цен на различные группы потребительских товаров, реализуемых на внутреннем и внешнем рынках региона). Л. И. Кожухова, Р. О. Беспаленко, Е. А. Тихомиров рассматривают внутренние и внешние факторы (внутренние: демографические, социально-экономические, социографические, психологические; внешние: культурные, национальные, этнические, религиозные традиции, климатические условия региона, политические и маркетинговые). Л.В. Артемьева предлагает совокупность факторов, обусловливающих дифференциацию региональных потребительских рынков (природные, демографические, социальные, экономические). Н. Н. Терещенко полагает рассматривать общие, региональные и специфические факторы (группа общих факторов имеет многоуровневый характер воздействия (макро- и мезоуровень) и зависит от экспорта и импорта товаров, государственного регулирования, уровня жизни населения и его покупательной способностью, уровня цен и инфляции; региональные факторы: демографические, природно-климатические, расселенческие, градообразующие, национально-бытовые и исторические; специфические отражают особенности, характеризующие развитие потребительского рынка по отдельным видам товарных групп). Ф. Котлер на первое место ставит потребительское поведение и выделяет следующие личностные, психологические, культурные и социальные факторы. Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю. А. Цыпкин считают, что изменение потребительского поведения может измениться под влиянием экономических и политических факторов. И. В. Алешина, Р.Д. Блэкуэлл, П.У.

Миниард, Дж. Ф. Энджел, Дж. О'Шонесси в поведенческом подходе выделяют доминирующую роль внутренних (индивидуальные детерминанты поведения) и внешних (социальные, внешней среды) факторов, т.е. потребительские предпочтения. А.С. Новоселов считает основными факторами структуру экономики региона и его тип (экономически развитый, аграрный, с формирующейся структурой экономики, депрессивный и приграничный). В. А. Медведев, Т.Ю. Нестерук, выделяют факторы, влияющие на спрос и предложение (факторы спроса: предпочтения и потребительские ожидания, условия проживания и доходы населения, численность и демографические процессы, природные факторы; факторы предложения: издержки производства, технологии производства, конкуренция производителей, цены на импортируемые товары, налоги и субсидии, проценты за кредит).

Таким образом, на развитие регионального потребительского рынка влияют экологические факторы, отражающие влияние природных и климатических условий, научно-технического прогресса, компьютеризации общества, глобализации и интернационализации торговли. К этим факторам относятся также формы и методы государственного регулирования, уровень межрегионального развития и внешнеэкономических отношений, Особенности налоговой и тарифной политики, которые независимы от региональной системы (см. рисунок) [2].

В качестве факторов внутренней среды регионального потребительского рынка предлагается выделить особенности его элементов и субъектов, которые одновременно отражают особенности функционирования и предопределяют структурные изменения на потребительском рынке.

При этом в каждой из представленной различными авторами классификации факторов развития продовольственного рынка затрагивается население, с его уровнем доходов, предпочтениями, условиями жизни, культурой и т.п., соответственно платежеспособный спрос на продукцию, а, следовательно, и развитие продовольственного рынка зависят в большей степени от уровня занятости населения, т.е. возможности получения дохода, а также от пенсионного обеспечения граждан.

Рассматривая динамику рынка труда Волгоградской области можно сказать, что наблюдается положительная тенденция в сфере занятости. Так по итогам 2021 года уровень безработицы в регионе составил 4,9% – минимальный показатель с 2008 года [5].

За исследуемый период численность рабочей силы в регионе сократилась с учетом притока населения из других регионов, в 2021 году, например, миграционный прирост составил 2310 человек. При этом ситуацию на рынке труда Волгоградской области можно охарактеризовать как контролируемую, по словам Д. Локтионова, главы областного комитета труда, по данным на конец марта 2022 года, насчитывается 33 тысячи вакансий в разных сферах деятельности, а количество официально безработных 5900 человек, т.е. на одного безработного предоставляется на выбор 4 рабочих места [6].

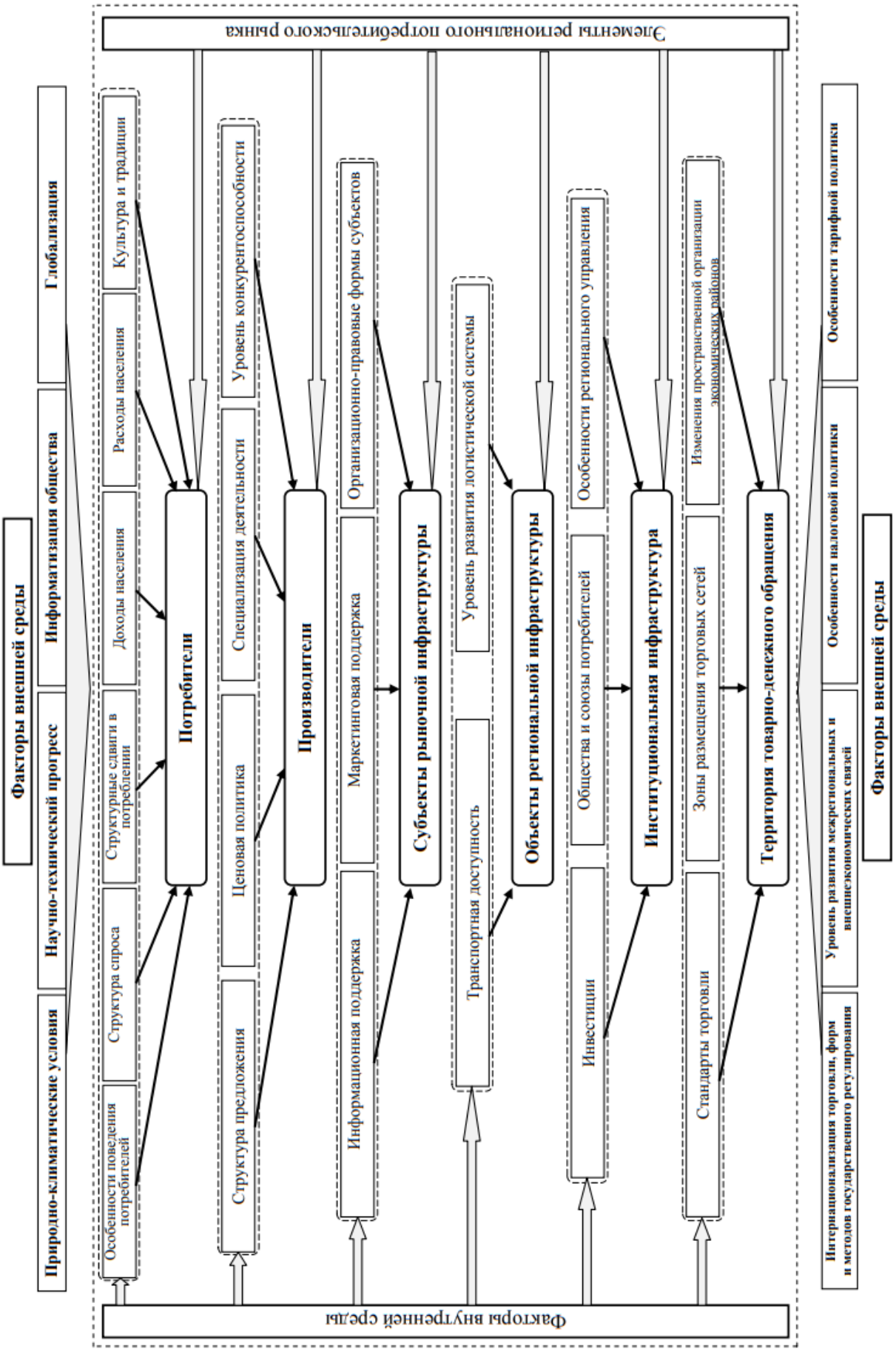

Рисунок 1 – Факторы развития регионального потребительского рынка

Таблица 1

Динамика основных показателей рынка труда Волгоградской области за 2014 – 2021 гг.

Показатель	2014 г.	2015. г.	2016 г.	2017 г.	2018. г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Рабочая сила - всего, тыс. чел.	1316,4	1308	1288,6	1270,1	1290,6	1240	1246,3	1246,1
Среднегодовая численность занятых в экономике - всего, тыс. чел.	1229,7	1213,3	1200,6	1193,3	1218,7	1173,8	1151,9	-
Уровень занятости, %	62,5	62,5	62,5	62,5	64	61,8	60,8	63,0
Уровень безработицы, %	6,6	7,2	6,8	6	5,6	5,3	7,6	4,9

Разработанная комитетом по труду и занятости населения Волгоградской области информационная система управления рынком труда показывает прогнозные показатели востребованности квалифицированных рабочих и специалистов на семилетний период (до 2027 года) будут испытывать работодатели, осуществляющие следующие виды экономической деятельности (табл. 1) [4].

Таблица 2

Потребность на семилетний период (2021-2027 годы) в квалифицированных кадрах работодателями Волгоградской области

Вид экономической деятельности	Тысяч человек	Процентов
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	22,7	26,4
обрабатывающие производства	19,6	22,8
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	14,3	16,6
транспорт и связь	6,8	7,9
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,6	6,5
прочие	17,0	19,8

Данный опрос проводился в 2021 г. и в опросе приняли участие 1669 работодателя, и наименьшая потребность в квалифицированных кадрах отмечена культуре и спорте – 171 человек или 0,2% от общей потребности.

На данный момент в Волгоградской области на потребительском рынке произошли заметные изменения, которые создали благоприятные конкурентные условия функционирования крупным торговым сетям, таким как «ПокупАЛКО», «Лента», «Магнит», «МАН», «Пятерочка», и повлекли за собой высвобождение рабочей силы. В ноябре 2021 года, стали закрываться магазины

региональной торговой сети «Радеж», часть магазинов сети передана в аренду федеральным торговым сетям или выкуплена ими. В данной торговой сети на конец 2021 года трудилось более 2500 человек, которые могли по договоренности перейти в другие торговые сети или встать на биржу труда.

В связи со сложившейся геополитической обстановкой по данным прогноза Центра стратегических разработок количество рабочих мест в РФ может сократиться на 2 млн. до конца 2022 года и безработица увеличится с 4,4% до 7,1–7,8% и к середине 2023 года рынок труда начнет восстанавливаться, либо затяжной структурный спад экономики повлечет за собой безработицу на уровне 6,4–6,5% [1]. А это в свою очередь приведет к возвращению в регион, на «малую» родину трудоспособного населения, которое отправилось на заработки в города федерального назначения Москву и Санкт-Петербург. Помимо этого, более пятисот работников промышленных предприятий находятся под угрозой сокращения: в «Империал Тобакко-Волга» – 309 человек, ОАО «Альянс полиграфических изданий «Югполиграфиздат» – 200 человек, ООО «Полиграфический комбинат «Царицын» – 70 человек [4]. Приостановление деятельности или закрытие иностранных торговых сетей и предприятий также повлечет высвобождение трудовых ресурсов.

В целях предупреждения негативных последствий, связанных с ростом безработицы и снижения уровня доходов, Правительством РФ выделяется региону 500 млн. руб. из резервного фонда на реализацию дополнительных мер по содействию занятости населения и поддержке рынка труда в условиях санкций. Денежные средства будут направлены на организацию новых рабочих мест и реализацию программ переобучения для 2000 человек.

В целях регулирования регионального рынка труда и сокращения уровня безработицы интересен опыт трех регионов РФ. В Калужской и Тюменской областях и Югре ограничили деятельность иностранных рабочих. С начала 2022 года мигрантам запретили работать сразу в целом ряде сфер: торговли, общественного питания, такси и общественный транспорт, образовании. Данные решения приняты в целях обеспечения местных жителей работой. В Югре помимо этого ввели штрафы за несоблюдение положений постановления: юридическим лицам – до 1 млн. руб., должностным лицам – до 50 тыс. руб., физическим лицам – до 4 тыс. руб. [3].

Кратко рассматривая динамику самого потребительского рынка Волгоградской области, то по данным официальной статистики оборот розничной торговли и общественного питания за первые два месяца 2022 года увеличился по сравнению с аналогичным периодом 2021 года: в январе-феврале оборот розничной торговли составил 76488,9 млн. руб. и увеличился на 1,1%, оборот общественного питания увеличился в сравнении с январем-февралем 2021 года на 2,3% и составил в сопоставимых ценах 2779,2 млн. руб. [5]. В марте наблюдается ажиотажный спрос на продукты питания, бытовую технику, что ведет как к увеличению цен, так и физическому объему реализации. В зависимости от вида продукции цена в марте еженедельно увеличивалась от 1%

до 17% за позицию. Для снижения ажиотажного спроса торговыми сетями вводятся ограничения на количество отпускаемой продукции в одни руки.

Разработанные Правительством РФ меры по стабилизации сложившейся ситуации в области развития предпринимательства и направленные на повышение доходов граждан несомненно принесут положительный результат. При этом наблюдается несознательное поведение граждан, так молодые специалисты считают работу низкооплачиваемой если размер заработной платы не превышает 35 – 40 тыс. руб., более старшее население, не имеющее востребованной квалификации, считает неприемлемым доход в размере 15 тыс. руб., особенно в условиях инфляции.

Поэтому в настоящее время и в перспективе важны меры, которые будут разработаны и приняты в соответствии со сложившейся ситуацией в области стратегического планирования, направленного на обеспечение социально-экономического развития в условиях современной экономики, устойчивого экономического развития Волгоградской области, повышение реальных доходов граждан региона. В настоящее время перед регионами Российской Федерации остро стоит вопрос стратегического планирования и развития всех отраслей и поиска путей импортозамещения. Особое место в его решении занимает решение социально-экономических проблем, повышение уровня и качества жизни населения. Производство товаров направленных на удовлетворение потребностей потребителей на потребительском рынке различных регионов с достаточно высоким уровнем платежеспособного качества и безопасности использования товаров и услуг.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Безработица примеряется к росту // Коммерсантъ. – 2022. – 29 марта URL: https://www.kommersant.ru/doc/5281886 (дата обращения: 29.03.2022).

2. Данильченко В.А. Факторы развития регионального потребительского рынка // Региональная экономика: теория и практика. 2013. №16. С. 39-44. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-razvitiya-regionalnogo-potrebitelskogo-rynka (дата обращения: 19.03.2022).

3. Единый официальный сайт государственных органов Ханты-Мансийский автономный округ – Югра https://admhmao.ru/dokumenty/pravovye-akty-gubernatora/6521244/ (дата обращения: 19.03.2022).

4. Официальный сайт Комитета по труду и занятости Волгоградской области URL: https://ktzn.volgograd.ru/current-activity/analytics/3989/ (дата обращения: 19.03.2022).

5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области URL: https://volgastat.gks.ru/storage/mediabank/torg_feb.html (дата обращения: 19.03.2022).

6. Уровень безработицы в Волгоградской области достиг исторического минимума // Новости Волгограда. – 2022. – 29 марта URL: https://novostivolgograda-ru.turbopages.org/novostivolgograda.ru/s/news/society/29-03-2022/uroven-bezrabotitsy-v-volgogradskoy-oblasti-dostig-istoricheskogo-minimuma (дата обращения: 29.03.2022).

УДК 339.138

Инновационные технологии продвижения детских товаров в сети интернет

***Н.А. Ольмезова**, к.э.н., доцент*
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье рассмотрены инновационные технологии продвижения детских товаров в сети интернет, которые являются популярными, востребованными, актуальными для особой категории покупателей – детей и подростков.

Ключевые слова: инновационные технологии, рынок детских товаров, продвижение, интернет, маркетинг, стратегии маркетинга, stealth-маркетинг, кросс-бординг.

Abstract. The article discusses innovative technologies for promoting children's goods on the Internet, which are popular, in demand, relevant for a special category of buyers - children and adolescents.

Keywords: innovative technologies, children's goods market, promotion, Internet, marketing, marketing strategies, stealth marketing, cross-boarding.

Объем мирового рынка детских товаров в 2019 году оценивался в 12,34 миллиарда долларов, и ожидается, что в течение прогнозируемого периода средний показатель составит 5,5% в связи с ростом возможностей расходования средств и изменением образа жизни. Стремительная урбанизация и рост численности среднего класса в ряде развивающихся территорий способствуют дальнейшему развитию рынка. Изменение образа жизни, особенно в развивающихся странах, способствовало принятию ориентированной на удобство рутины, что сделало эти предметы желательными, что будет стимулировать рост отрасли в течение прогнозируемого периода.

Новые маркетинговые подходы привели к появлению интернет-рекламы и так называемых stealth-маркетинговых методов, таких как встраивание продуктов в содержание программ в фильмах, онлайн и видеоиграх.

Stealth-маркетинг чаще используется в комплексе мероприятий для формирования лояльности к бренду. Он предполагает скрытое продвижение бренда. Среди инструментов stealth-маркетинга можно выделить продакт-плейсмент, тайных агентов и мерчандайзинг [1]:

– продакт-плейсмент – это размещение продукта в фильмах, телешоу, компьютерных играх и литературе;

– тайные маркетинговые агенты – это люди, которым бренд платит за то, что они привлекают потенциальных клиентов и позволяют им взаимодействовать с продуктом;

– товарная выкладка, мерчандайзинг это давно известный способ стимулировать продажи бренда.

По прогнозам, в течение прогнозируемого периода 2022-2027 годов на мировом рынке детской одежды в среднем будет зафиксировано 8,76%.

Рынок детской одежды - один из самых прибыльных сегментов швейной промышленности. Ожидается, что рынок обгонит как мужскую, так и женскую одежду с точки зрения роста розничной стоимости благодаря сочетанию демографических, макроэкономических и социальных тенденций, которые поддерживаются продажами в этой категории.

Мировой рынок детской одежды сегментирован по категориям товаров, каналам сбыта и географии. В зависимости от категории товара рынок подразделяется на одежду, обувь и другие товары. В зависимости от канала дистрибуции рынок подразделяется на офлайн-магазины розничной торговли и онлайн-магазины розничной торговли [2].

По прогнозам, розничный рынок детских продуктов питания и напитков в США будет расширяться в среднем на 3,5% в год, достигнув 83 миллиардов долларов в 2026 году. Продажи замедлятся после вызванного пандемией бума продаж в 2020 и 2021 годах, поскольку рынок продолжит расти с высокой базы продаж, созданной в 2020 году в результате пандемии. Хотя США ожидается, что численность детей в возрасте до 14 лет – основной рынок детских продуктов питания и напитков – продолжит сокращаться в течение прогнозируемого периода, ожидается, что продукты питания и напитки с добавленной стоимостью увеличат прирост в стоимостном выражении.

Рынок услуг по уходу за детьми состоит из продаж услуг по уходу за детьми, таких как услуги няни и обучения, а также сопутствующих товаров организациями (организациями, индивидуальными предпринимателями и партнерствами), которые обеспечивают уход за младенцами или детьми либо в доме ребенка, в доме зарегистрированного воспитателя или в центре по уходу за детьми. Уход за детьми - это уход, предоставляемый правительством или организацией за младенцами и малышами, дошкольниками и детьми школьного возраста, в то время как родители находятся на работе или отсутствуют по другим причинам. Учреждения этой отрасли предоставляют услуги по уходу за детьми дошкольного возраста и детьми старшего возраста, когда они не ходят в школу [3].

Мировой рынок услуг по уходу за детьми в 2018 году достиг почти 339,1 миллиарда долларов, увеличившись совокупными годовыми темпами роста (CAGR) на 8,3% с 2014 года, и ожидается, что к 2022 году он вырастет на 11,3% до почти 520,4 миллиарда долларов.

В будущем правительственные инициативы по поддержке ухода за детьми, рост корпоративных прибылей, которые позволяют компаниям больше

тратить на социальные выплаты сотрудникам, а также осведомленность о преимуществах образования в раннем возрасте в связи с ростом проникновения Интернета будут способствовать росту. Факторы, которые могут помешать росту рынка услуг по уходу за детьми в будущем, включают повышение минимальной заработной платы и проблемы безопасности.

Увеличение числа семей, в которых оба родителя работают, и неуклонное изменение гендерных ролей произошло в исторический период. Например, доля семей, в которых оба родителя работают в США, увеличилась с 46% в 2015 году до 61,9% в 2017 году. Повышение доходов, незаконность и стрессовое бремя, связанное с оставлением детей одних дома, побудили работающих родителей записать своих детей в центры по уходу за детьми или обеспечить другой уход за детьми, что принесло пользу рынку услуг по уходу за детьми.

Ожидается, что рынок услуг по уходу за детьми будет ограничен нехваткой лиц, осуществляющих уход, как в развитых, так и в развивающихся странах. Развивающиеся страны сталкиваются с острой нехваткой лиц, осуществляющих уход, из-за относительно низкой заработной платы и отсутствия надежных возможностей трудоустройства. Развитые страны также переживают аналогичный кризис. В основном это происходит из-за отсутствия нужных навыков, а также отсутствия образования и соответствующего опыта работы у кандидатов. В будущем нехватка лиц, осуществляющих уход, скорее всего, продолжит сдерживать рынок услуг по уходу за детьми.

Корпорации предлагают корпоративные услуги по уходу за детьми, чтобы помочь сотрудникам достичь баланса между работой и личной жизнью. Корпоративный уход за детьми - это особая форма ухода за детьми, спонсируемая или управляемая работодателем. Компании либо предлагают собственные центры по уходу за детьми, либо сотрудничают с местными центрами по уходу за детьми, предлагая услуги по сниженным ценам для привлечения и удержания лучших сотрудников. Например, Goldman Sachs, американский инвестиционный банк и компания, предоставляющая финансовые услуги, открыла центр по уходу за детьми в своих офисах в Токио и Нью-Йорке. В тех местах, где они не могут предоставить детские сады на месте, Goldman Sachs сотрудничает с местными центрами по уходу за детьми. Компания Exxon Mobil выбрала компанию Bright Horizons для управления центром по уходу за детьми в своем кампусе в Хьюстоне.

Поставщики услуг по уходу за детьми предлагают свои услуги по гибкому графику, чтобы помочь родителям минимизировать расходы на уход за детьми и содержать детей в соответствующих центрах по уходу за детьми. Центры по уходу за детьми предоставляют возможность гибкого графика работы в зависимости от финансового положения семей, что позволяет родителям сократить свои расходы на дневной уход за ребенком. Такой подход помогает центрам по уходу за детьми поддерживать высокий уровень удержания детей. Поставщики услуг по уходу за детьми снижают плату и

предоставляют гибкий график работы, чтобы сохранить семьи с ограниченным бюджетом, предоставляя способы снижения затрат при сохранении качественной программы ухода за детьми. Например, компания Great Beginnings, поставщик услуг по уходу за детьми из Австралии, предлагает услуги по уходу за детьми по гибкому графику, чтобы сократить карманные расходы и расширить доступ к субсидируемым часам.

Лучшие возможности на мировом рынке услуг по уходу за детьми появятся в сегменте услуг по уходу за младенцами и детьми, объем глобальных ежегодных продаж которого к 2022 году составит 124,9 миллиарда долларов. Объем рынка услуг по уходу за детьми больше всего увеличится в Китае и составит 52,1 миллиарда долларов. Стратегии, основанные на рыночных тенденциях для рынка ухода за детьми, включают использование технологий для оптимизации услуг и повышения уровня удовлетворенности клиентов, партнерство с корпорациями для увеличения доходов и доли рынка, использование технологии искусственного интеллекта для улучшения управления уходом за детьми и внедрение методов обучения, основанных на интересах, чтобы сделать обучение более приятным для детей. Стратегии, принятые игроками в индустрии ухода за детьми, включают расширение операций за счет приобретений, повышение приверженности общественности высококачественному обучению и создание способных рабочих кадров.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Stealth-маркетинг: путь бренда к поколениям Y и Z [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vc.ru/marketing/34496-stealth-marketing-put-brenda-k-pokoleniyam-y-i-z/

2. Children's wear market - growth, trends, COVID-19 impact, and forecasts (2022 - 2027) [Электронный ресурс]. URL: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/childrenswear-market

3. Child Care Market - By Type Of Facility (Baby And Child Care, Pre-Kindergarten And Preschool Centers, Nursery Schools), By Location Of Facility (Center-Based, Home-Based), By Type Of Expenditure (Public Expenditure, Private Expenditure), Market Overview And Market Players, By Region, Opportunities And Strategies – Global Forecast To 2022 [Электронный ресурс]. URL: https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/child-care-market

Секция 3

Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности

УДК 330

Рейдерские захваты как угроза предпринимательской деятельности

А.Н. Кудашов, *к.ю.н.*
Е.П. Филина*, студент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Рейдерский захват является одной из распространенных угроз предпринимательской деятельности разного уровня.

В статье рассматриваются факторы, характерные для различных стадий рейдерских захватов. Определены возможные меры профилактики и пресечения рейдерских захватов. Дана оценка роли государственных органов в противодействии рейдерским захватам и защите предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: *рейдерство, рейдерский захват, противодействие рейдерским захватам, государственная защита предпринимательской деятельности.*

Abstract. Raider seizure is one of the most common threats to entrepreneurship at various levels. The article discusses the factors characteristic of various stages of raider seizures. Possible measures of prevention and suppression of raider seizures have been identified. The assessment of the role of state bodies in countering raider seizures and protecting entrepreneurial activity is given.

Keywords: raiding, raider seizure, countering raider seizures, state protection of entrepreneurial activity.

Предпринимательская деятельность является важной составляющей основой для смешенных и рыночных экономических систем, без которой не развивается и не существует современная успешная экономика и общество. Предпринимательство играет незаменимую роль в достижении экономического успеха любого государства.

Таким положительным зарядом обладает только та предпринимательская деятельность, которая направлена на защиту интересов личности, общества и государства.

Однако, как и всякое явление, предпринимательство имеет положительное и отрицательное влияние. Отрицательные последствия

порождает предпринимательство, нарушающее нормы законодательства своей страны и тем самым причиняющее вред различным сферам ее жизни. Данный вид предпринимательской деятельности полностью либо частично лишен социальной полезности и, как следствие, отрицательно влияет на экономическую безопасность. И причины здесь кроются не только в целях предпринимательской деятельности конкретного субъекта, но и в законодательном закреплении данного понятия.

Ст. 2 ГК РФ, закрепляя понятие предпринимательства, одним из признаков определяет, что деятельность лиц должна быть зарегистрирована в установленном законом порядке[1]. Обращаем внимание, что рассматриваемое определение не содержит обязательного требования правомерной деятельности предпринимательства. Вместе с тем и не предполагает незаконность такой деятельности. Ибо закон не может охранять противоправные интересы.

К тому же предпринимательская деятельность и не гарантирует общественную полезность. В противном случае не было бы надобности в существовании различных мер ответственности в данной сфере, отсутствовала бы необходимость и контроля данной деятельности.

В этой связи в зависимости от правомерности деятельности предпринимательскую деятельность можно разделить на правомерную и неправомерную. Неправомерность предпринимательской деятельности может выражаться в различных проявлениях, например: прикрытие запрещенной деятельности, уклонение от уплаты налогов, недобросовестная конкуренция, уклонение от оплаты встречных обязательств, осуществление деятельности без лицензии в случае, когда такая лицензия обязательна, захват бизнеса и т.д. Это далеко не весь перечень возможных нарушений в сфере предпринимательства.

Если незаконная предпринимательская деятельность изначально предполагает возможность применения различных мер неблагоприятного воздействия, в большинстве своем со стороны государства, то деятельность предпринимателей, осуществляющих ее правомерно, не должна быть объектом внимания властных структур государства с позиции возможности применения принудительных мер воздействия.

Порой и из этого правила бывают исключения. Одним из таких явлений являются рейдерские захваты с участием государственных структур при осуществлении «серых» и «белых» схем захвата. В таких схемах государственным структурам отведена вспомогательная роль.

Ре́йдерство (от англ. raid «набег» или raider «налётчик», также рейдерский захват) — недружественное поглощение предприятия против воли его собственников (имеющих преимущественное положение в данном предприятии) и (или) его руководителя.

Российская практика в 90-ые годы прошлого столетия столкнулась с таким явлением. В настоящее время рейдерские захваты приобрели серьезные масштабы, изменились методы, способы и тактика захвата, используются различные ухищрения, в том числе пробелы законодательства.

Следует отметить, что в законодательстве России не содержится понятие «рейдерство», «рейдерский захват». Однако оно широко укоренилось в экономико-правовой литературе, следственно-судебной практике, часто употребляется в средствах массовой информации.

В научной литературе «рейдерство» раскрывается через различные понятия. Диапазон варьируется от уголовно-наказуемых способов насильственного захвата собственности до недружественного поглощения. Уголовно-наказуемые способы могут проявляться в преступных деяниях различной направленности, например, мошенничество, вымогательство, принуждение к совершению сделки или к отказу от ее совершения, подделка документов и т.д.

В нашем понимании рейдерские захваты характеризуются любым способом изъятия собственности, при котором она изымается без согласия собственника или собственников, либо под принуждением к данному действию.

Опасность рейдерского захвата как угрозы предпринимательской деятельности на практике носит реальный либо потенциальный характер. Исходя из вероятности осуществления рейдерского захвата, в научной литературе используют различные понятия: риск, опасность, угроза. Зачастую происходит отождествление данных понятий, хотя каждое из них отличается возможной степенью осуществления рейдерского захвата и соответственно характеризуется своим набором негативных явлений и факторов.

Риск – это вероятность наступления негативных последствий. Опасность– это угроза неблагоприятного воздействия. Угроза в свою очередь – это конкретная форма опасности. Такое разграничение возможности совершения рейдерского захвата позволяет выработать эффективные меры противодействия рейдерским захватам в каждом конкретном случае.

Для их конкретизации необходимо знать объекты внимания рейдерства. Объекты внимания зависят от стадии совершения рейдерских захватов.

Начальный этап характеризуется сбором информации об учредительных документах, внутренних, финансовых документах, об активах, о наличии кредитных обязательств и их размерах, собирается кадровая документация, клиентская база, изучаются гражданско-правовые договоры, анализируется структура и реальный состав владельцев и т.д. На этой стадии оценивается реальность возможности осуществления рейдерского захвата и оценивается потенциал защиты компании.

В случае положительного ответа на данный вопрос определяется вариант воздействия, происходит смена руководителя, обеспечивается легитимность нового руководства. Затем принимается решение о юридической судьбе активов предприятия.

Для эффективного противодействия рейдерским захватам необходимо принимать комплекс мер, характер которых должен зависить от степени реальности негативных мер и факторов (риск, опасность или угроза).

В литературе дана характеристика методам и типам рейдерского захвата [2, с.61-63].

О рисках рейдерского захвата могут свидетельствовать:

- скупка акций по ценам, превышающим реальные;
- повышенный интерес к долгам предприятия со стороны посторонних лиц;
- опасность банкротства;
- получение посторонними лицами выписки из ЕГРЮЛ с основными сведениями;
- внеплановые проверки;
- изъятие контролирующими органами образцов оттисков печатей, почерка сотрудников;
- получение по адресу места нахождения с уведомлением о вручении пустого конверта либо с вложением непонятного содержания;
- утрата учредительных документов, ЭЦП и т.д.

Данные меры свидетельствуют о начальном этапе рейдерского захвата. Для предотвращения подобных действий необходимы превентивные адекватные меры. Таковыми могут являться:

- подбор в органы управления надежных, честных и профессиональных сотрудников;
- грамотное юридическое сопровождение деятельности;
- наличие реально действующей охраны;
- тщательная охрана секретной информации и ЭЦП;
- контроль за получением сведений из ЕГРЮЛ посторонними лицами;
- регулярный контроль информации, размещаемой на сайте арбитражного суда по месту нахождения, на предмет споров;
- контроль пакета акций не ниже 70%;
- периодический анализ сделок, предметом которых являются акции, и т.д.

Если же начальная стадия рейдерского захвата не была обнаружена вовремя и действия рейдеров носят уже активный характер, необходим другой перечень возможных мер противодействия:

- необходимо обратиться в правоохранительные органы;
- постараться быстро погасить долги;
- произвести блокирование продажи акций;
- перевести активы в другие подконтрольные организации и т.д.

Другой немаловажной мерой противодействия рейдерскому захвату является анализ действий «агрессора» на предмет отнесения их к отраслевой принадлежности, то есть действует ли он, нарушая нормы уголовного, гражданского, трудового или арбитражного законодательства. Так как от этого будет зависеть характер, адекватность и своевременность принятия мер противодействия рейдерскому захвату.

В юридической литературе высказывается мнение о необходимости внесения в Уголовный кодекс Российской Федерации специальных составов, предусматривающих ответственность за рейдерские захваты. Однако вся совокупность ныне закрепленных составов в УК РФ способна, на наш взгляд, справляться со сложившейся ситуацией. И вопрос здесь кроется не в количестве составов, предусматривающих ответственность за рейдерские захваты, а в их реальной применимости. Данное обстоятельство может быть реализовано только при надлежащей защите предпринимательской деятельности государством. Как минимум государственные структуры прямо или косвенно не должны оказывать содействие рейдерским захватам, так как зачастую при осуществлении захвата им отводится особая роль, при которой они совместно реализуют различные схемы захвата, что свидетельствует о коррумпированности лиц, принимающих в этом небескорыстное участие. Государство должно мгновенно реагировать на подобные коррупционные проявления, эффективно пресекая рейдерские захваты и реализуя меры ответственности, соответствующие содеянному. Неправомерное поведение как вид отклоняющегося поведения является в большинстве своем результатом взвешенной оценки индивида возможных неблагоприятных последствий за такое поведение с одной стороны и приобретаемое благо или реализуемый интерес, с другой стороны. В данном процессе оценивания важная роль отведена неблагоприятным последствиям за осуществление рейдерского захвата, и как только лицо, осуществляющее такую деятельность или принимающее в ней участие, понимает, что неблагоприятные последствия носят скорый реальный характер и превышают ожидаемый результат, вероятность его осуществления сводится практически к нулю.

Вышесказанное свидетельствует, что противодействие рейдерским захватам обеспечивается совокупностью комплексных мер, применяемых лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, исходя из степени реализованности негативных мер и факторов. Такие меры должны носить динамический характер, ориентируясь на способы рейдерского захвата.

Следующим ключевым моментом должна быть эффективная деятельность государственных органов по реализации мер общей и частной превенции и возврата в первоначальное положение, при котором добросовестный предприниматель сохраняет свой бизнес. Тем самым обеспечивается не только надлежащая защита предпринимательской деятельности, ориентированной на общественную полезность, но и происходит мотивация такой полезности, существенно увеличивая их число и реализуется принцип неотвратимости наказания.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая // Собрание законодательства Российской Федерации от 5 декабря 1994 г. № 32 ст. 3301.

2. Экономико-правовые основы безопасности предприятия. [электронные версии]: учеб. пособие/ Е.О.Венгер-Козлова.-3-е изд. стер. - М.: ФЛИНТА, 2016. — 100 с.

УДК 347.42

Отдельные положения о банкротстве юридических и физических лиц в России

***Н.В. Пустотина**, ст. преподаватель*
***Ж.К. Сундетбаева**, студент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Законодательная база в Российской Федерации в части регулирования, такого явления как банкротство постоянно претерпевает многочисленные и частые изменения, однако она все еще несовершенна. В настоящей статье изучены процедуры банкротства юридических и физических лиц, а также проанализированы статистические данные, ежегодно публикуемые Единым федеральным реестром юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности.

Ключевые слова: банкротство, несостоятельность, процедуры банкротства, должник, юридические и физические лица.

Annotation. The legislative framework in the Russian Federation in terms of regulation of such a phenomenon as bankruptcy is constantly undergoing numerous and frequent changes, but it is still imperfect. This article examines the procedures for bankruptcy of legal entities and individuals, as well as analyzes the statistical data published annually by the Unified Federal Register of Legally Relevant Information on the facts of the activities of legal entities, individual entrepreneurs and other economic entities.

Key words: bankruptcy, insolvency, bankruptcy procedures, debtor, legal entities and individuals.

Банкротство как правовое явление возникло в современной России относительно недавно.

С 1992 года отношения о признании лица финансово-несостоятельным получили свое закрепление в российском законодательстве. Периодически законодатель вносит дополнения и изменения в нормативно-правовые акты о банкротстве, что подтверждает соответствие нормы права реальным отношениям.

В соответствии с федеральным законодательством, банкротство есть неспособность должника выполнить свои финансовые (денежные) обязательства. Статус банкрота должен быть подтвержден на основании решения арбитражного суда, как в отношении юридического, так и в отношении физического лица.

Соответственно должником может выступать любое частное лицо.

При введении процедуры банкротства должник получает возможность решить законным способом вопросы, связанные с долговыми обязательствами.

Долгое время настоящий Закон был нацелен на вопросы, связанные с банкротством только юридического лица, но с 1 октября 2015 года в закон вступили новые изменения, которые дополнили российское законодательство еще и институтом банкротства физического лица.

На рисунке 1 показана динамика количественных показателей роста и фиксированного уровня в отношении инициации банкротства юридическими и физическими лицами. Данные представлены в единицах.

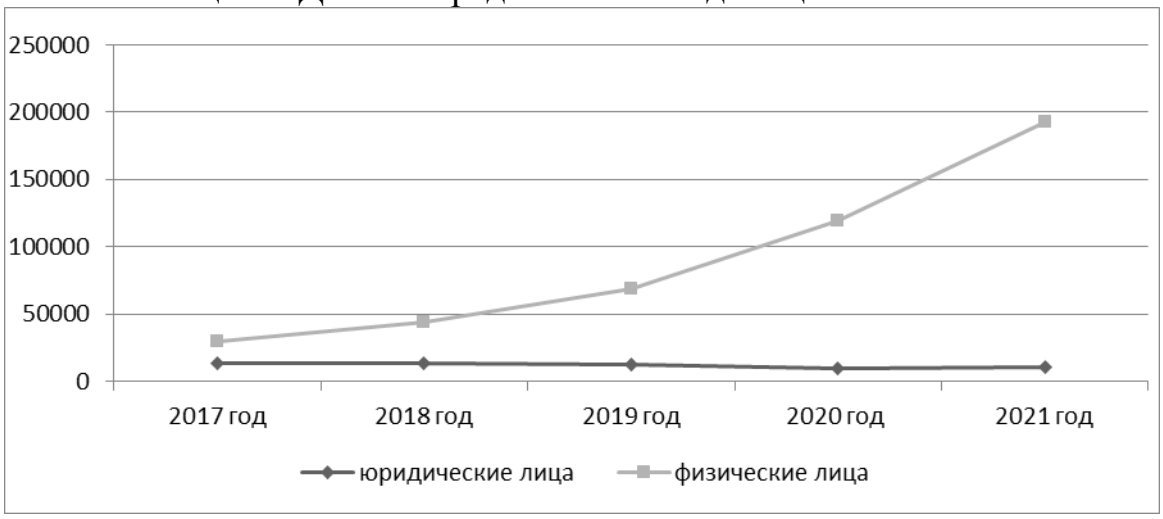

Рисунок 1 – Динамика числа банкротств юридических и физических лиц в РФ 2017-2021 гг.

Нами были проанализированы данные с Федресурса за последние пять лет, в целом по Российской Федерации [2].

Самый высокий уровень банкротств наблюдается в отношении физических лиц. Количественные показатели в отношении юридического лица - стабильны.

Законодательно закреплены отличия в процедурах банкротства, применяемых к юридическим и физическим лицам.

Процесс банкротства коллективного субъекта (юридического лица) предполагает прохождение четырех процессов: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление и конкурсное производство. В таблице 1 представлены данные, о количестве применяемых процедур, в отношении юридических лиц, включая крестьянско-фермерские хозяйства.

Таблица 1

Количество сообщений о введении судами процедур в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств в Российской Федерации за период с 2017 по 2021 гг.

Процедуры	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	Изменение 2021 к 2017 г., %
Наблюдение	11 495	10 547	10 134	7 775	8 577	74,6
Финансовое оздоровление	32	19	19	23	22	68,8
Внешнее управление	363	278	209	150	157	43,3
Конкурсное производство	13 541	13 117	12 401	9 930	10 319	76,2

В рамках первой процедуры – наблюдения, оценивается финансовое состояние заявителя и выявляются кредиторы, чтобы оценить возможность удовлетворения их требований.

На данной стадии также арбитражным управляющим составляется отчет о возможных признаках фиктивного или преднамеренного банкротства, позволяющий оценить законопослушность заявителя.

В рамках российского арбитражного судопроизводства, наблюдение длиться не более 7 месяцев. Данный срок, мы считаем, необходимо увеличить, минимум до 12 месяцев, чтобы оценить финансовое положение по итогам финансового года. В зарубежном законодательстве, процесс наблюдения охватывается не месяцами, а годами, например, в Германии - 6 лет.

В процессе указанной процедуры должник может погасить свои долги перед кредиторами и вернуться к нормальной хозяйственной деятельности, то есть сохранить свой статус.

Согласно данным таблицы 1, за анализируемый период была введена процедура наблюдения у 48 528 организаций. С каждым последующим годом их количество уменьшалось, только 2021 год претерпел рост на 110,3% в сравнении с 2020 г. Изменения за период составили 74,6%.

По итогам получения отрицательного результата в рамках удовлетворения требований кредиторов, запускается следующая процедура – финансовое оздоровление, в рамках которой разрабатывается график удовлетворения требований кредиторов и предпринимаются мероприятия, направленные на восстановление платежеспособности субъекта. В связи с чем, например, могут реализовываться инвестиционные проекты.

По итогам восстановления платежеспособности, субъект может, как и при наблюдении, сохранить статус хозяйствующего лица и продолжить свою экономическую деятельность.

Процедура финансовое оздоровление не пользуется большим спросом. В 2017 г. начитывается всего 32 организации, которые воспользовались данной процедурой. Последующие два года характеризируются еще меньшим спросом - 19 организаций и небольшой рост в 2020 г. и 2021 г. Изменения за период составили 68,8%.

При отрицательных результатах мероприятий в рамках финансового оздоровления, осуществляется возбуждение внешнего управления.

Привлекаемый внешний управляющий также предпринимает меры для восстановления платежеспособности лица. Продолжается «спасение» субъекта.

Использование процедуры внешнее управление происходит чуть чаще. 2017 г. характеризуется большим спросом - 363 юридического лица, чем последующие годы (2018 г. - 278; 2019 г. - 209; 2020 г. - 150, соответственно). И все же на конец периода увеличение было место быть, изменения за весь период составили 43,3%.

И в итоге получения очередного отрицательного результата, вводится конкурсное производство.

В данном процессе происходит реализация имущества должника, за счет которого удовлетворяются требования кредиторов. При недостаточности имущества, неудовлетворенные требования и долговые обязательства списываются. Субъект приобретает статус банкрота. Его хозяйственная деятельность прекращается и в дальнейшем вступает в силу запрет на ее осуществление на определенный период времени.

Как мы можем констатировать, больший интерес у юридических лиц вызывает процедура конкурсное производство. Самый пик, как и у всех предыдущих, изученных процедур наблюдается в 2017 г. - 13 541 организаций. В 2020 г. стало особенно заметно падение на 73,3% в сравнении с 2017 г. На конец анализируемого периода произошел рост, изменения за период составили 76,2%.

Как свидетельствует практика рассмотрения судами дел данной категории, кредиторы не получают удовлетворение своих требований в полном объеме: снижается неустойка по договорным обязательствам, но хорошо если сохраняется сумма основного долга; фактически наблюдается нехватка реализуемого имущества, что является главной проблемой исполнительного производства по всем категориям дел.

С учетом вышеназванного обстоятельства, удовлетворение от процесса банкротства в некой степени получает сам должник, списав свои обязательства перед другими лицами. Именно по причине наличия неудовлетворенных участников процесса, среди которых есть граждане, требующие возмещение заработной платы, вреда здоровью, а также и иные кредиторы, законодатель предусматривает три из четырех процедур, направленность которых – восстановить хозяйственную деятельность и платежеспособность заявителя.

Но не следует забывать еще об одной процедуре, применяемой вне зависимости от очередности, то есть по соглашению сторон в любое время – мировое соглашение.

Процедура банкротства в отношении физических лиц и относящихся к ним индивидуальных предпринимателей, представлена двумя этапами: реструктуризация долгов (можно назвать аналогом финансового оздоровления) и при негативном результате от первой процедуры - реализация имущества.

В таблице 2, мы приводим данные о количестве применяемых процедур банкротства в отношении физических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Таблица 2

Количество сообщений о введении судами процедур в отношении физических лиц и индивидуальных предпринимателей

Процедура	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	Изменение 2021 к 2017 г., %
Реструктуризация долгов	7 998	9 749	15 768	24 292	33 865	423,4
Утверждение плана реструктуризации долгов гражданина	188	179	204	209	329	175
Реализация имущества	29 827	43 984	68 980	119 045	192 846	646,5

Как мы видим из данных таблицы 2, наблюдается рост заявлений о банкротстве, фактически заканчивающихся реализацией имущества должника, но которого, как мы отмечали выше, недостаточно для удовлетворения всех требований.

Редко встречаются практические ситуации, когда реструктуризация долгов приводит к положительному результату. Это имеет место в тех случаях, когда сумма долга сформировалась по причине невозможности погашения банковского кредита и в небольшой (если так можно выразиться) сумме. При анализе судебной практики, мы установили, что реструктуризация может оказать положительное влияние при сумме долга не свыше 1,3 млн рублей.

Как показано в таблице 2, изменения по процедуре реструктуризации долгов физического лица составили 423,4%. Если на начало периода данной процедурой воспользовались всего 7 998 физических лиц, то уже на конец периода их число выросло на 25 867 и составило 33 865 лиц.

График погашения долгов может оказаться непосильным для должника. На практике происходит временная положительная динамика, фактически до полугода и далее вводится процедура реализации имущества.

Реализация имущества предусматривает продажу имущества гражданина или предпринимателя для погашения требований кредиторов, а невыплаченные долги списываются.

Выявляется имущество, подвергаемое реализации и учитывается степень удовлетворения требований кредиторов, а также оставшихся долгов, которые подвергаются списанию.

Согласно приведенным данным, наблюдается рост по процедуре реализация имущества, причем большими скачками. Если в 2017 г. данная процедура была введена в отношении 29 827 лиц, то далее наблюдается увеличение с каждым годом в 2 раза. Изменение за период составило 646,5%.

Однако проблема с удовлетворением требований кредиторов в полном объеме – актуально.

Таким образом, за анализируемый период 2017-2021 гг. в России происходило только увеличение количества как физических, так и юридических лиц, которые воспользовались процедурами банкротства, что нельзя отметить как положительную сторону данного вопроса.

Рассматриваемые нами субъекты хозяйственной деятельности обеспечивают реализацию одной из главных, на наш взгляд, задач – занятость населения вне зависимости от уровня образования и квалификации [3, с. 178]. Соответственно уход с рынка индивидуального или коллективного предпринимателя, относящегося в тоже время к категории субъектов малого и среднего предпринимательства, негативно влияет на уровень безработицы.

Подводя итог рассмотренному вопросу, следует отметить, что банкротство рассматривается как право должника, а также и обязанность, избежать или пренебречь исполнением которой может повлечь дополнительные виды и меры наказания.

В целях минимизации причин, условий, способствующих подаче заявления в арбитражных суд о признании себя банкротом, следует не забывать о профилактических мероприятиях. В частности, учитывать и просчитывать финансовый риск и условия нестабильной экономики.

Риск финансовый, это риск, который необходимо учитывать и оценивать. В отношении рисков, следует отметить, что хозяйствующий субъект с целью определения полноты представления риска составляет перечень профилей рискованных процедур для предприятий. Хотя все идентифицированные риски важны с целью получения прибыли каждым хозяйствующим субъектом, следует рассчитать приоритетности каждого риска с целью определения ключевых рисков [4, с.360].

И для нового субъекта необходимо учитывать выработанные юридическими лицами навыки. Функционирование юридического лица в современных условиях происходит в условиях нестабильной экономической среды, что может привести к неблагоприятным последствиям и увеличивают риски, сопровождающие предпринимательскую деятельность [5, с.395].

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *О несостоятельности (банкротстве). Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ. Принят Государственной Думой 27 сентября 2002 года. Одобрен Советом Федерации 16 октября 2002 года. С изменениями и дополнениями от 30.12.2021г. //Российская газета от 2 ноября 2002 г. N 209-210; Российская газета от 11 января 2022 г. N 2-.*

2. *Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности (Федресурс). Режим доступа: https://fedresurs.ru/.*

3. *Петяхина А.А., Пустотина Н.В. Отдельные аспекты развития экономики в современных условиях// Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. Сборник XIII Международной студенческой научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 175-181.*

4. *Генералова А.А., Кочергин Н.В., Пустотина Н.В. Оценка управления рисками хозяйствующих субъектов // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. Электронный сборник XI Международной студенческой научно-практической конференции. 2019. С. 359-364.*

5. *Колбинцев В.Ю., Рябов А.М., Пустотина. Н.В. Формирование системы обеспечения экономической безопасности предприятия // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. Электронный сборник XI Международной студенческой научно-практической конференции. 2019. С. 395-401.*

УДК 334.027

Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса в Оренбургской области

С.С. Уманский*, бизнес-аналитик*
ООО «Джон Дир Русь» Россия

Аннотация. В данной статье рассматриваются меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Оренбургской области. Приводится краткое описание организаций, оказывающих финансовую поддержку, а также программы по кредитованию малого предпринимательства, производится анализ деятельности. Рассмотрены меры, позволяющие активно развиваться малому бизнесу.

Ключевые слова: малый бизнес, поддержка, кредитование, предпринимательство, финансовая поддержка, субсидии, фонд, государственная программа, финансирование.

Abstract. This article reviews arrangements of state support for small and medium businesses in the Orenburg region. It contains a brief description of organizations that provide financial aid, their credit programs for small businesses, as well as the analysis of their activities. It also covers the actions that make small businesses successful.

Key words: small business, support, lending, entrepreneurship, financial aid, subsidies, fund, state program, subsidization.

Развитие новых технологий и цифровизация экономики требуют эффективной работы по совершенствованию политики государства, направленной на поддержку малого и среднего предпринимательства в масштабах регионов и страны. В основе передовых изменений драйвером роста российской экономики должны стать предприниматели. С этой позиции большое значение имеет малое и среднее предпринимательство, которое может решать, как экономические, так и социальные вопросы с большей эффективностью, поскольку его субъекты более мобильны и восприимчивы к переменам и запросам рынка.

В связи с экономическим кризисом и ухудшением геополитической обстановки, а также необходимостью переключения на товары собственного производства, ограничениями, вызванными санкциями, именно малый и средний бизнес способен в кратчайшие сроки подстроиться под новые реалии и помочь государству с решением многих проблем в этой сфере.

Реализация государственных национальных проектов в сфере малого предпринимательства должна способствовать развитию небольших компаний, а также способна дать дополнительные стимулы для их роста.

В этой связи государственные средства и софинансирование из региональных бюджетов позволят регионам сформировать фонды на местном уровне, которые смогут поддержать конкурентоспособность небольших компаний и оказать им содействие в продвижении товаров и услуг.

Работа торговых предприятий в Российской Федерации регулируется Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 01.09.2009 года. Данный закон регулирует полномочия органов местной и государственной власти в сфере торговли; определяет виды поддержки, оказываемые государственными и местными органами управления; содержит некоторые правила по организации и работе торговых предприятий.

С 2016 года Федеральная налоговая служба (ФНС) осуществляет учёт субъектов малого и среднего предпринимательства. Согласно опубликованным данным, в октябре 2019 года в нашей стране насчитывалось 5,8 млн активных субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), в том числе 3,4 млн индивидуальных предпринимателей (ИП).

Согласно исследованиям, проведенным Институтом экономики роста имени Столыпина, по сравнению с развитыми странами доля предприятия малого и среднего бизнеса России в ВВП меньше более чем в два раза (48 % и 21,9 % соответственно).

Тем не менее, данные Росстата свидетельствуют о возрастающей динамике доли МСП в российской экономике. Так, в 2014 на долю малого и среднего бизнеса приходилось 19 %, в 2015 – почти 20 %, в 2016 – более 21 %, в 2017 – почти 22 %.

Согласно официальным данным ФНС, численность субъектов МСП в России за первое полугодие 2019 года увеличилось на 3% применительно к аналогичному периоду предшествующего года. Что же касается общего количества субъектов, занятых в данном секторе, оно составило 19,1 млн человек.

Несмотря на то, что государство поставило цель увеличивать ежегодно число работников малого бизнеса на 1,5 миллиона человек, общая тенденция вызывает некоторую тревогу. Так, в 2018 году число — это количество сократилось на 200–300 тыс. человек, а в 2019 году – почти на 500 тысяч. Число малых предприятий сократилось в 78 регионах [1].

Минэкономразвития России выделяет средства для поддержки регионального бизнеса в рамках федеральной программы. Эти средства распределяются на конкурсной основе по регионам. Далее региональные правительства в рамках местных программ распределяют деньги для выплат субсидий.

Поддержка бизнеса на всех этапах его развития является основной целью программ господдержки.

Помощь МСП и поддержка ИП осуществляются по следующим направлениям:

1) финансовое содействие в виде предоставления субсидий, льгот, грантов для социально значимых проектов;

2) содействие в имущественных вопросах, например, предоставление прав на пользование государственным имуществом на льготных условиях;

3) информационные услуги для создания федеральных и региональных информационных систем;

4) консультационные услуги в виде профессиональных консультаций, обучающих курсов, семинаров, вебинаров о создании и ведении бизнеса;

5) образовательные услуги, такие как подготовка и переподготовка сотрудников, повышение квалификации.

Программы по поддержке малого предпринимательства есть в каждом регионе [2].

Поддержка малого и среднего предпринимательства является важным аспектом экономической политики Оренбургской области. Так, в Оренбурге был создан Центр поддержки предпринимательства, приоритетным направлением деятельности которого является создание единой консультационной, информационной и образовательной среды для поддержки действующих и потенциальных хозяйствующих субъектов малого и среднего предпринимательства, а также для физических лиц, оплачивающих «налог на профессиональный доход».

Центр поддержки предпринимательства инициирует и реализует следующие мероприятия по поддержке малого и среднего предпринимательства в Оренбургской области:

- консультационные (маркетинговые, правовые, бухгалтерские консультации);
- образовательные (программы наставничества);
- продвижение товаров/ работ/ услуг МСП (реклама, сертификация, цифровизация, маркировка и т.д.) [3].

Финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства в Оренбургской области осуществляется через некоммерческую организацию «Гарантийный фонд для субъектов малого и среднего предпринимательства Оренбургской области (микрокредитная компания)», учрежденную в декабре 2008 года Правительством Оренбургской области. Данный фонд нацелен на развитие малого и среднего предпринимательства Оренбуржья в рамках осуществления общегосударственной и региональной политики. Фонд предоставляет гарантии банкам по получаемым кредитам теми предпринимателями, которые не имеют достаточно средств для залогового обеспечения.

Перечень оказываемых фондом услуг включает:

- предоставление займов субъектам малого и среднего предпринимательства Оренбургской области;

- поручительство фонда субъектам малого и среднего предпринимательства по договорам финансирования, заключаемым с банками-партнерами фонда.

Среди преимуществ следует отметить низкую процентную ставку, возможность индивидуализации графика погашения займа, дифференциации графика погашения (на остаток задолженности), быстрое рассмотрение заявки [4].

Финансовую поддержку предпринимателям оказывает еще один фонд – Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства, учрежденный администрацией Оренбургской области в 1996 году. Фонд эффективно функционирует с 1997 года, когда были найдены первые средства на кредитование предприятий малого и среднего бизнеса.

Преимущества фонда:

- заявка рассматривается в кратчайшие сроки;
- дифференцированный график погашения задолженности;
- возможность составления индивидуального графика погашения задолженности;
- низкая процентная ставка [5].

Предприятия малого и среднего бизнеса вкладывают немало своих собственных средств для развития бизнеса [6]; однако даже процветающие предприятия строительного бизнеса пользуются государственной и региональной поддержкой [7].

По данным УФНС по Оренбургской области на 1 октября 2021 года в г. Оренбурге зарегистрировано 654 малых предприятий, 9193 микропредприятий, 12899 индивидуальных предпринимателей, 64 субъекта средних предприятий.

Сравнивая данные за аналогичный период 2020 года, отмечается уменьшение количества предприятий малого сектора экономики на 32,8%, количества индивидуальных предпринимателей на 9,3%.

Рисунок 1 – Численность малых предприятий в городе Оренбурге

За девять месяцев текущего года бюджет города Оренбурга пополнился от субъектов малого и среднего предпринимательства на сумму 2007,6 млн.

рублей. Если рассмотреть динамику пополнения казны с 2017 года, то максимальная сумма отчислений была в 2019 году. В последующие годы отмечалась отрицательная динамика.

Если рассматривать эти значения в долевом соотношении с остальными источниками пополнения бюджета, то в 2018 году наблюдается незначительное снижение поступлений на 2,2%, затем небольшой подъем в 2019 году и резкое падение в 2019 году на 9,7%. В 2021 году снова наблюдается увеличение поступлений практически до значения 2019 года.

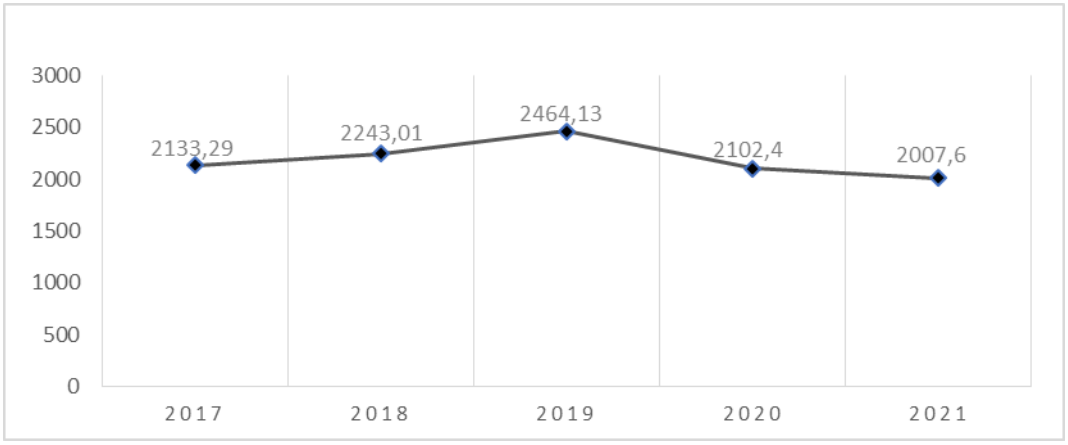

Рисунок 2 – Поступления в бюджет города Оренбурга от субъектов малого и среднего предпринимательства, млн. руб.

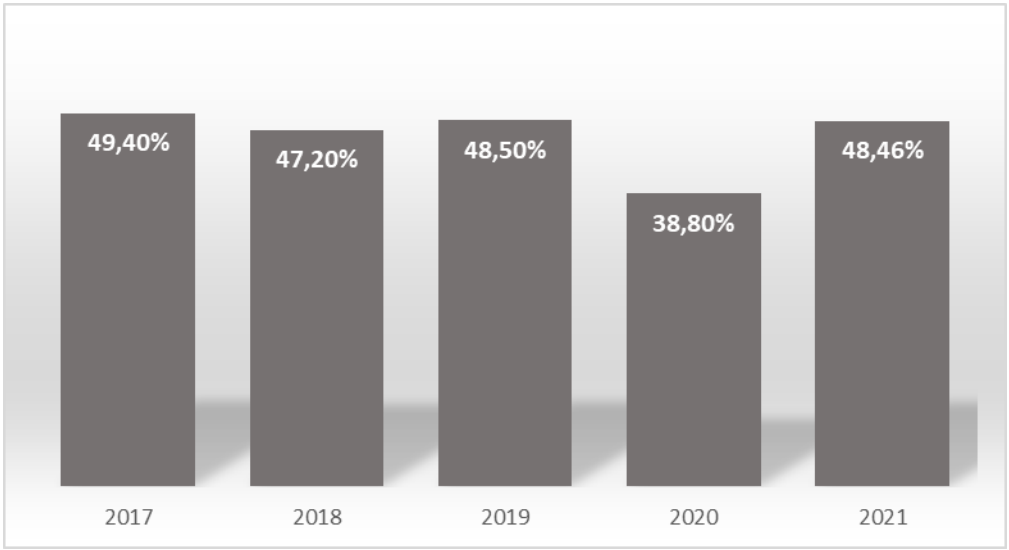

Рисунок 3 – Доля МСП от всех налоговых поступлений в бюджет города Оренбурга

Снижение общего количества субъектов малого предпринимательства в городе Оренбурге связано прежде всего со снижением потребительского спроса, который по своему значению не достиг уровня 2019 года. В качестве основной причины стоит отметить антиковидные меры, оказавшие негативное влияние на решение людей о посещении общественных мест. Помимо этого, снижение доходов населения, вызванное экономическим кризисом, повлияло на готовность людей совершать бездумные покупки. Как следствие, субъекты

МСП недополучили средства, необходимые для отчислений во внебюджетные государственные фонды, в налоговые органы, для выплаты зарплаты, для оплаты аренды.

Нехватка средств привела к возникновению дебиторской задолженности, возникшей из-за невозможности контрагентов своевременно выполнить свои обязательства.

За первые шесть месяцев этого года объем выручки сократился на 25-30%, оплата труда работников понизилась на 40%. В конечном итоге 2021 год может завершиться с повышением налоговых ставок, в результате чего количество предпринимателей, ушедших с рынка, станет еще больше.

Если рассматривать данные по всей области, то за последние пять лет наметилась тенденция на снижение общего количества малых предприятий с 28116 в 2017 году до 20795 в 2020 году. В то же самое время количество умерших предприятий с 2017 по 2019 увеличилось на тысячу, затем в 2019 этот показатель стабилизировался, и в 2020 году начал снижаться.

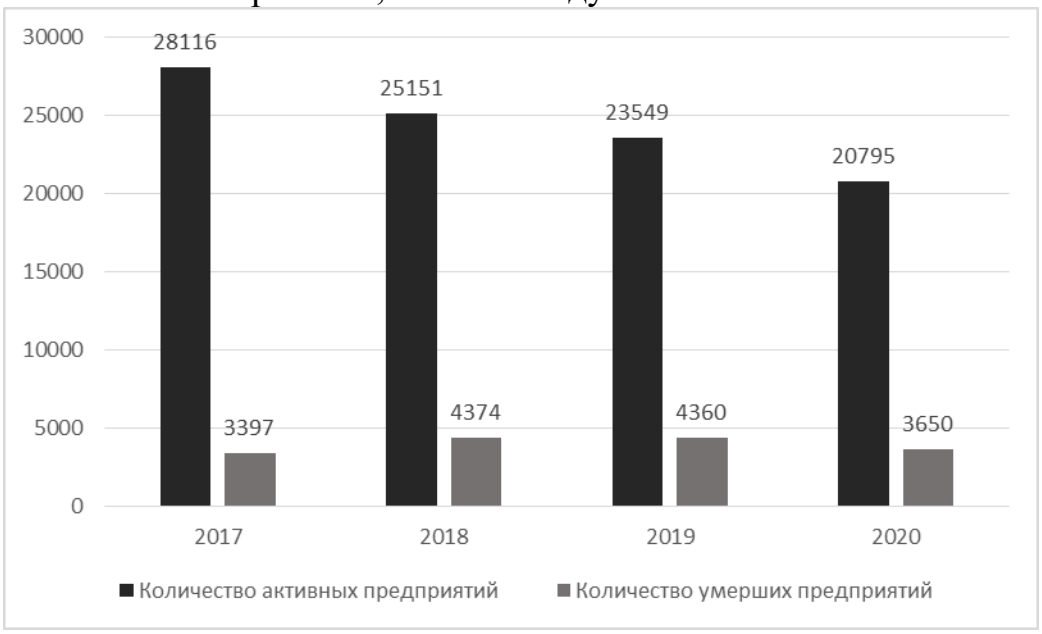

Рисунок 4 – Количество активных/ умерших малых предприятий в Оренбургской области

Тем не менее, администрация города Оренбурга оказывает активную поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства. Так за девять месяцев 2021 года субсидии из городского бюджета на сумму 5,35 млн. рублей получили 17 предприятий малого и среднего предпринимательства.

Помимо городской администрации финансовая поддержка осуществляется через фонды, например, «Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства», «Гарантийный фонд для субъектов малого и среднего предпринимательства Оренбургской области».

Так, с начала года «Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства» выделил средства в размере 41,15 млн. рублей в формате микрокредитования субъектам МСП.

Гарантийный фонд оказал финансовое содействие 21 субъекту МСП на сумму 49,08 млн. рублей.

Суммы микрокредитования по обоим фондам в 2021 году несколько ниже, чем за весь 2020 год. Однако следует учитывать, что данная отчетность предоставлена за девять месяцев 2021 года, и к концу финансового года эти показатели могут приблизиться к значениям 2018-2019 года [8].

Рисунок 5 – Объем финансирования субъектов предпринимательской деятельности города Оренбурга, млн. руб.

Несмотря на то, что администрация города Оренбурга организует консультационную, информационную и финансовую поддержку субъектам малого предпринимательства, этих мер недостаточно. Для того, чтобы малый бизнес активно развивался необходим целый комплекс мер как на федеральном, так и на местном региональном уровне.

Прежде всего, необходимо облегчить налоговое бремя. Принимаемые ежегодно новые законы увеличивают налогообложение, в результате чего положение малого предпринимательства ухудшается.

Другая мера должна способствовать системному улучшению возможности для участия субъектов МСП в госзакупках. Для этого необходимо наладить обратную связь от малого бизнеса с целью оценки действующих программ.

Корме этого, необходимо разработать ряд мер для популяризации предпринимательства и улучшения имиджа. Способствовать этому могут различные бизнес-форумы, выставки, круглые столы, конференции, конкурсы, ярмарки, пресс-конференции и прочие мероприятия.

Необходимо вести активную работу по информированию субъектов малого и среднего предпринимательства о том, какие меры поддержки государство может им предоставить, где и как предприниматели могли бы получить знания по экономике, маркетингу, финансовой грамотности.

Сегодня очень важно обратить пристальное внимание на проблемы малого предпринимательства и разработать меры, которые не только помогли бы самозанятым пополнить ряды предпринимателей, но и облегчить последним вести свой бизнес открыто и честно.

Подводя итог, следует сказать, что деятельность предпринимателей оказывает значительное влияние на развитие экономики страны, попутно решая различные экономические и социальные вопросы. Поэтому очень важно оказывать предпринимателям инвестиционную и юридическую поддержку как на государственном, так и на региональном уровнях.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономика малых дел. Как государство стимулирует предпринимательство. Режим доступа: https://plus.rbc.ru/specials/malyj-i-srednij-biznes-gospodderzhka-predprinimatelstva-v-rossii (дата обращения 01.09.2021).

2. МТС Касса. Господдержка бизнеса в 2021 году. Режим доступа: https://kassa.mts.ru/blog/law/gospodderzhka-biznesa-v-2021-godu/ (дата обращения: 03.11.2021).

3. Мой бизнес. Оренбургская область. Режим доступа: https://mb-orb.ru/ (дата обращения 01.09.2021).

4. Оренбургская область. Портал малого и среднего предпринимательства. Некоммерческая организация «Гарантийный фонд для субъектов малого и среднего предпринимательства Оренбургской области» (микрокредитная компания)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://smb.orb.ru/registry/infr/oiv/53,l,715/ (дата обращения 01.09.2021).

5. Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.orenfund.ru/ (дата обращения 01.11.2021).

6. Лекарева Ю.С., Снатенков А.А. Разработка проекта структурной диверсификации ООО «Майкроимпульс» в целях повышения инновационной активности компании // Аудиторские ведомости. 2019. № 3. С. 53-62.

7. Lapteva E.V., Ogorodnikova E.P., Remizova V.F. Development trend of the construction market in Russian regions // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. BUILDINTECH BIT 2020. Innovations and technologies in construction. 2020. С. 012015.

8. Аналитическая записка о результатах развития малого и среднего предпринимательства города Оренбурга по итогам 9 месяцев 2021 года. Официальный портал города Оренбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gorsovet.orenburg.ru/activities/entrepreneurship/podderzhka_predprinimatelstva/analiz_razvitiya_malogo_i_srednego_predprinimatelstva_goroda_orenburga/ (дата обращения 01.11.2021).

Секция 4

Актуальные проблемы и современные тенденции в финансовом секторе страны и ее регионах

УДК 336.63

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Антипенко Н.А., *к.э.н., доцент*
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь

Аннотация. Лизинг особо эффективен для осуществления инвестиций вне зависимости от специфики деятельности организации, что делает его крайне привлекательным и универсальным инструментом для осуществления инвестиций и повышения устойчивого развития Республики Беларусь. В статье исследованы актуальные вопросы лизинговых услуг в Республике Беларусь. Определены основные тенденции развития рынка лизинговых услуг в современных условиях развития хозяйствования.

Ключевые слова: лизинг, лизинговые операции, капитал, устойчивое развитие, финансовый лизинг, международный лизинг.

Abstract. Leasing is especially effective for making investments, regardless of the specifics of the organization's activities, which makes it an extremely attractive and versatile tool for making investments and increasing the sustainable development of the Republic of Belarus. The article explores topical issues of leasing services in the Republic of Belarus. The main trends in the development of the leasing services market in the current conditions of economic development are determined.

Keywords: leasing, leasing operations, capital, sustainable development, financial leasing, international leasing.

Лизинговое кредитование является одним из эффективных на сегодняшний день инструментарием обновления основных фондов хозяйствующих бизнес-субъектов. Развитие лизинга в Республике Беларусь обусловлено значительной физической изношенностью основного капитала, наличием морально устаревшего оборудования, низкой эффективностью его использования и другими факторами. Существенное количество товаров отечественного производства собираются из импортных комплектующих, аналоги которых не производятся в Беларуси. В этой связи Республика Беларусь остро нуждается в модернизации действующих и создании новых производств, продукция которых будет способна конкурировать с зарубежными аналогами. Более того, изучение опыта других стран, внедрение новых форм и

видов лизинговых отношений может положительно отразиться на экономическом состоянии как отдельных организациях, так и на экономике в целом [1. с.49].

Рынок лизинговых услуг Республики Беларусь является относительно молодым, но активно развивающимся. На данный момент лизинговые компании попросту не могут предоставить весь спектр форм лизинга на должном уровне, поэтому внедрение новых форм лизинга все еще продолжается на территории Республики Беларусь.

На данном этапе законодательство Республики Беларусь способствует развитию лизинговой деятельности на территории страны. Различным экономическим субъектам предоставлены льготы и иные привилегии. Текущая нормативная база способствует урегулированию спорных и конфликтных ситуаций, возникающих при осуществлении лизинговых операций. Также, на основные нормативно-правовые акты опираются локальные нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность отдельных экономических субъектов. Таким образом, организация четко регулирует весь процесс предоставления имущества в лизинг от заключения договора до последнего платежа [2. с.48].

Лизинг остается в банке как дополнительный источник дохода в кредитном портфеле банка. Если же объем операций по лизингу увеличивается, то существует тенденция создания дочерней лизинговой компании на которую приходится основной объем операций по лизингу.

Стоит отметить, что самой развитой формой лизинга в Республике Беларусь является финансовый лизинг. Общий объем лизингового портфеля по договорам финансового лизинга составил 6 324 348 628 руб. За 2020 год данный показатель вырос на 23,20 %. Количество договоров по финансовому лизингу составило 265 265 ед. В сравнении с 2019 годом количество договоров уменьшилось на 35,80 %, что свидетельствует о том, что средняя стоимость лизингового договора выросла. Общая стоимость предметов финансового лизинга составила 5 098 836 293 руб.

Сублизинг составил 44 074 168 руб. Таким образом, объем сделок по сублизингу вырос на 127,60 %. Количество заключенных договоров при этом составило 42 ед., что на 55,56 % больше. Однако, доля общего объема все равно остается крайне малой для того чтобы утверждать, что данная форма лизинга развита в Республике Беларусь.

Объем сделок по возвратному лизингу составил 270 233 084 руб. по 4 773 ед. новых договоров за 2020 год. Количество договоров существенно уменьшилось в сравнении с прошлым годом (на 58,98 %), однако общая сумма не изменилась. Следовательно, качество договоров по возвратному лизингу улучшилось. Тем не менее, доля возвратного лизинга в лизинговом портфеле организаций относительно мал и за 2020 год не увеличился.

Стоит отметить что к проблемам рынка лизинговых услуг Беларуси можно отнести низкую информированность субъектов и непрозрачность ведения бизнеса и предоставления отчетной информации.

На осуществление лизинговых операций банками значительно влияет законодательство. Так, отсутствие льгот по потребительскому лизингу значительно снижают объем операций в банке. Таким образом делая лизинг для физическиз лиц менее привлекательным [3. с.41].

В Республике Беларусь, изучив данные по основным сегментам лизинга за период 2018 — 2020гг. можно выделить наиболее ключевые значения. Так за последние три года сумма новых договоров по инвестиционному лизингу увеличилась на 198 998 226 руб. Таким образом показатель вырос на 7,7 % в сравнении с 2018 годом (таблица 1).

Таблица 1

Объем новых договоров по видам лизинга за 2018-2020 год

Наименование	2020 год, руб.	2019 год, руб.	2018 год, руб.
Инвестиционный лизинг	2 778 728 854	2766406544	2 579 730 628
Потребительский лизинг	576 612 503	711679581	548 461 589
Международный лизинг	3 691 512	9 273 199	148 839 809

Наибольшую долю в объеме операций по инвестиционному лизингу составляют машины и оборудования (49,56 %) и транспортные средства (46,37%). При этом общая стоимость предметов составила 966048447 руб. на 24703 предмет лизинга и 903840323 руб. на 10262 предмет лизинга соответственно. Здания и сооружения составляют 2,07 % в объеме общих операций. На иные операции приходится около 2 %. Исходя из данных за 2019 год, объем видов лизинговых операций существенно изменился. Так, транспортные средства составляли 57,46 %, а машины и оборудования 39,46 %.

В сегменте потребительского лизинга просматривается весьма неоднозначная ситуация. Стоит упомянуть, что со вступлением в силу Указа Президента Республики Беларусь № 99 от 25 февраля 2014 г. «О регулировании лизинговой деятельности» физическим лицам, не осуществляющим предпринимательскую деятельность, стал доступен лизинг. Данное изменение позволило рассматривать лизинг как альтернативу банковского кредита, что сразу же привело к значительному росту лизинговых операций. Однако постепенно темп прироста снижается. За период с 2018 по 2020 года количество заключенных договоров имело неоднозначную тенденцию. Так в 2019 году количество увеличилось на 2 383 ед. в сравнении с предыдущим годом, а в 2020 резко уменьшилось на 148 733 ед. Данные по заключенным договорам представлены в таблице 2.

Таблица 2

Динамика развития сегмента потребительского лизинга

Наименование параметра	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Количество заключенных договоров, ед.	258270	260653	111920
Сумма по заключенным договорам, руб.	589585376	752316276	640 688 370
Изменения к пред. году, %	43,6	27,6	-14,84

Уменьшение общего числа новых договоров отражается и в уменьшении сумм по лизинговым сделкам в потребительском сегменте. В 2019 году рост замедлился, а в 2020 году пошел на спад.

В сегменте потребительского лизинга преобладают транспортные средства (86,74 % от общего объема операций на лизинговом рынке для физических лиц), а именно грузовой автотранспорт (99,6 % от всех видов транспорта, передаваемых в лизинг). Далее идут иные предметы лизинга – 17,68 % от общего объема операций, здания и сооружения – 10,7 %, машины и оборудование – 0,03%. Международный лизинг также является очень важным направлением развития лизинга в стране, однако из-за Covid-19 показатели данного вида лизинга в Республике Беларусь в 2020 году совсем не значительны (таблица 3).

Таблица 3

Динамика развития международного лизинга

Наименование организации	2020 год		2019 год		2018 год	
	Общая цена договоров, руб.	Кол-во договоров, ед.	Общая цена договоров, руб.	Кол-во договоров, ед.	Общая цена договоров, руб.	Кол-во договоров, ед.
Промагролизинг	0	0	4612229	9	22980355	8
РЕСО-БелЛизинг	764052	6	1798249	13	1284449	10
АСБ Лизинг	2927460	2	1546471	2	29447195	4
Риетуму Лизинг	0	0	1316250	6	2874548	4
БПС-лизинг	0	0	0	0	92253262	1
Итого:	3691512	8	9273199	30	148839809	27

Исходя из таблицы 3 можно наблюдать, что на международном рынке лизинговых услуг остались лишь 2 организации. РЕСО-БелЛизинг заключил 6 договоров на общую сумму 764 052 руб. АСБ Лизинг — 2 договора на сумму 2 927 460 руб. Таким образом, заметна тенденция резкого снижения общего объема операций на международном рынке лизинга из-за закрытых границ. При этом средний объем заключенных договоров составил 461 439 руб. В 2019 году он составлял 309 106,63 руб. В 2018 году — 5 512 585,52 руб. Пусть качество лизинговых операций стало выше в 2020 году, тем не менее суммарно 2020 и 2019 года не могут достичь объемом 2018 года. Такая тенденция

просматривается во многих странах и даже сферах деятельности государств. Данный спад можно объяснить крайне нестабильной ситуацией в мире связанной с Covid-19, которая оказала влияние на экономику многих стран и многих сфер деятельности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Антипенко, Н.А. Особенности устойчивого развития бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь / Н.А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 1. – С. 46-50.*
2. *Антипенко, Н.А. Развитие учетно-аналитического инструментария менеджмента бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республике Беларусь / Н.А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 6. – С. 48-53.*
3. *Бусыгин, Д.Ю. Практические аспекты определения барьерных значений экономических показателей / Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 5. – С. 39-43.*

УДК 336

К вопросу о теоретическом обеспечении статистического исследования устойчивости регионального бюджета

***А.Ю. Колодяжная**, старший преподаватель*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Качественные преобразования в экономике и социальной сфере на уровне субфедеральных территорий невозможно осуществить без обеспечения устойчивости регионального бюджета. В статье представлено теоретическое обеспечение статистического исследования устойчивости регионального бюджета. Уточнена сущность понятия «устойчивость бюджета» с позиции статистики государственных финансов, представлен комплекс статистических показателей устойчивости динамики доходов и расходов, разработана методика комплексного статистического анализа бюджета региона.

Ключевые слова: бюджет региона, доходы бюджета, расходы бюджета, устойчивость бюджета, эффективность бюджета.

Abstract. Qualitative transformations in the economy and social sphere at the level of sub-federal territories cannot be carried out without ensuring the sustainability of the regional budget. The article presents the theoretical support of the statistical study of the stability of the regional budget. The essence of the concept of "budget stability" from the standpoint of public finance statistics is clarified, a set of statistical indicators of the stability of income and expenditure dynamics is presented, a methodology for complex statistical analysis of the regional budget is developed.

Keywords: regional budget, budget revenues, budget expenditures, budget sustainability, budget efficiency.

Качественные характеристики региональных бюджетов не являются в настоящее время оптимальными для обеспечения устойчивого экономического роста субъектов Российской Федерации и повышения качества жизни населения соответствующих субфедеральных территорий. Последние десятилетия наблюдается децентрализация расходных полномочий по финансированию регионов, сопряженная с ограниченностью возможностей по привлечению доходов в региональную казну, а также возрастание персональной ответственности регионального аппарата управления за ситуацию в том или ином субъекте. Очевидно, что именно бюджеты регионов образуют устойчивую платформу для развития. Основа построения такой платформы – научно обоснованный подход к вопросам обеспечения устойчивости бюджета. В этой связи развитие методики анализа устойчивости региональных бюджетов с позиции статистического инструментария является необходимым, а значит тема научной статьи актуальна, так как способствует решению проблем, стоящих перед бюджетной политикой на современном этапе.

Решение проблемы устойчивости регионального бюджета требует теоретического обеспечения процесса разработки методического инструментария оценки. Отправной точкой этого процесса является определение сущности понятия «устойчивость бюджета».

В современной научной литературе представлено не много подходов к определению содержания понятия «устойчивость бюджета».

Так, по мнению Толстой О.В. устойчивость применительно к бюджету и бюджетным отношениям определяется такими характеристиками как регулярность и стабильность доходной части бюджета, с одной стороны и эффективность использования бюджетных ресурсов, с другой стороны[4]. Профессор Поляк Б.Г. считает, что устойчивость бюджета характеризуется прежде всего объемом средств, минимально необходимым для обеспечения расходных полномочий региона [1].

Макашина О.В. и Данилов П.В. предлагают оценивать устойчивость регионального бюджета посредством расчета комплекса взаимосвязанных показателей, позволяющих определить финансовую устойчивость[6]. К числу таких показателей относят коэффициент обеспеченности собственными доходными источниками, коэффициент автономии, коэффициент внешнего финансирования, коэффициент финансовой устойчивости и прочие коэффициенты.

Вышеуказанные подходы не отражают комплексность статистического понятия «устойчивость бюджета» как практического инструмента по формированию эффективного бюджета.

Устойчивость бюджета является многоплановым понятием, что обусловливает наличие категориальной базы, представленной определенными характеристиками. Иными словами, об устойчивости бюджета, на наш взгляд,

уместно говорить, если бюджет имеет ряд характеристик (свойств), к которым следует отнести:

– минимальные значения колебаний в показателях (уровнях) дохода бюджета субъекта РФ (месячных, квартальных, годовых);

– наличие благоприятной тенденции в изменении объема доходов бюджета региона, имеющей положительное влияние на устойчивое и поступательное развитие экономического кластера в конкретном субфедеральном территориальном образовании;

– возможность обеспечения качественного улучшения уровня жизни населения, развития расширенного воспроизводства за счет эффективности бюджета как части бюджетной политики на всех ее уровнях.

На основании представленных выше характеристик нами предлагается понимать под устойчивостью бюджета наличие необходимой тенденции статей доходной части бюджета, с минимальным влиянием на них неблагоприятных условий при оптимальной экономической эффективности структуры доходов, обеспечивающей расходную часть бюджета в необходимом объеме для создания условий расширенного воспроизводства, качества жизни населения в регионе и стране в целом [2].

Для некоторых видов статей доходов и расходов устойчивость может означать и постепенное сокращение статей доходов и расходов в силу различных факторов (например, изменения потребности в связи с качественными или количественными преобразованиями) [5].

Вышесказанное указывает на необходимость подкрепление исследования устойчивости бюджета серьезной платформой, базой методического и методологического свойства. Такая база должна опираться прежде всего на комплекс статистических относительных и абсолютных показателей, позволяющих определить наличие или отсутствие устойчивости как таковой, изучить её динамические подвижки и факторы влияния. (рис.1).

Специфика объекта анализа предопределяет необходимость изучения устойчивость бюджета в тесной взаимосвязи с теоретическими аспектами эффективности регионального бюджета, разработкой статистической методологии исследования структурно-динамических изменений федерального бюджета [3]. Обобщив имеющийся опыт, критически его осмыслив, а также дополнив собственными научными разработками, была сформирована следующая методика комплексного статистического анализа устойчивости бюджета региона (рис.2).

Целостное теоретическое обеспечение исследование осуществляется главным образом на первом этапе, в рамках которого на ряду с простейшими статистическими методами, широкое применение должны получить и общенаучные методы (логика, синтез, аналогия, дедукция и т.п.).

Второй и третий этап исследования в рамках предложенной методики, должен базироваться на наш взгляд на эконометрических и экономико-статистических методах анализа (прогнозирование на основе трендовых

моделей, корреляционно-регрессионные методики и т.п.).

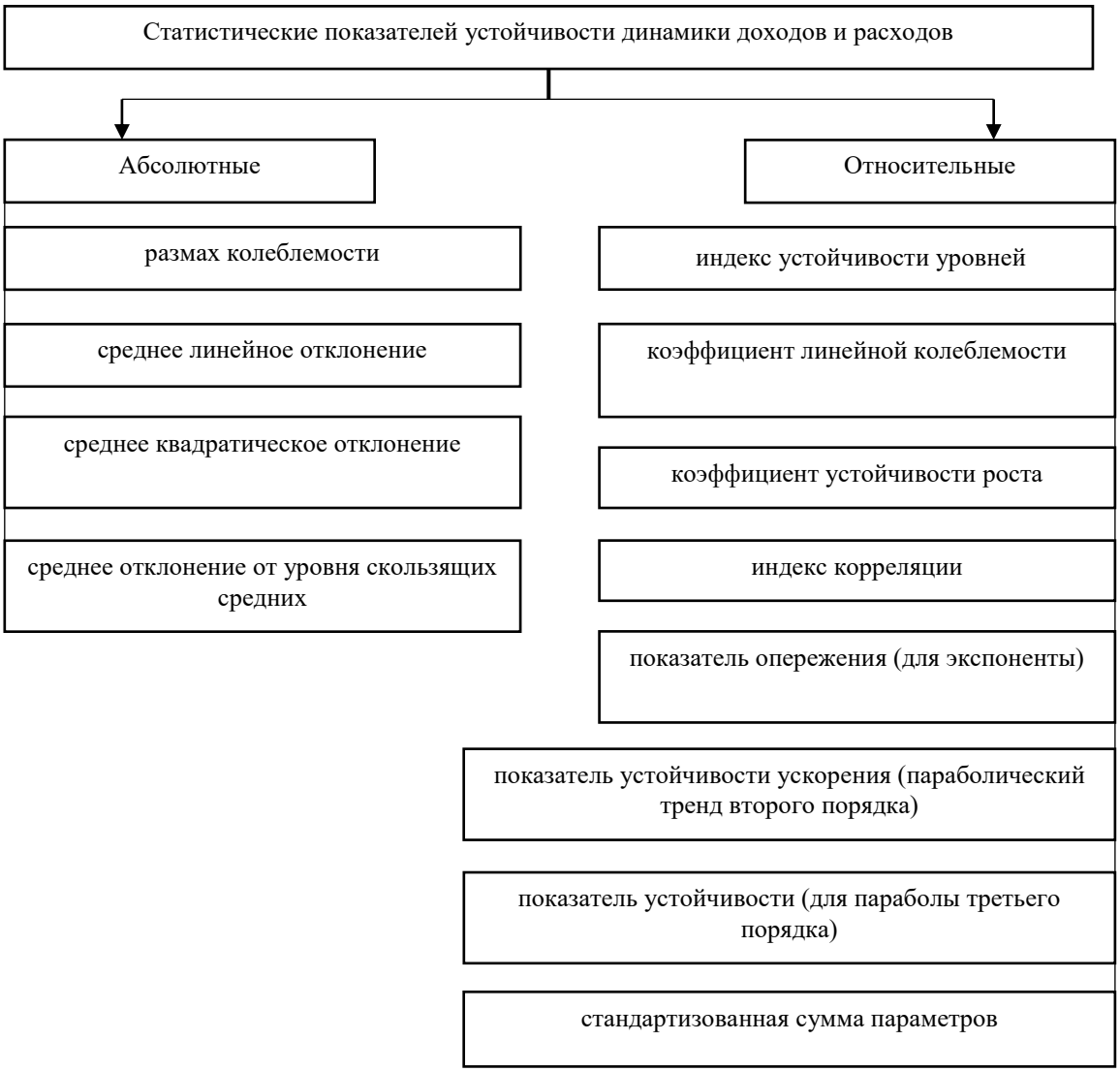

Рисунок 1 - Система статистических показателей устойчивости динамики доходов и расходов регионального бюджета

Совершенствование бюджетной политики на уровне страны, региона и муниципального образования в части повышения устойчивости параметров бюджета требуют качественной выборки и анализа статистически значимой информации. Однако это всего лишь часть айсберга. Более важным является построение методики статистического изучения устойчивости бюджета (устойчивости динамики уровней доходов и расходов в нашем случае) на основе качественной теоретической проработки и практических расчетов.

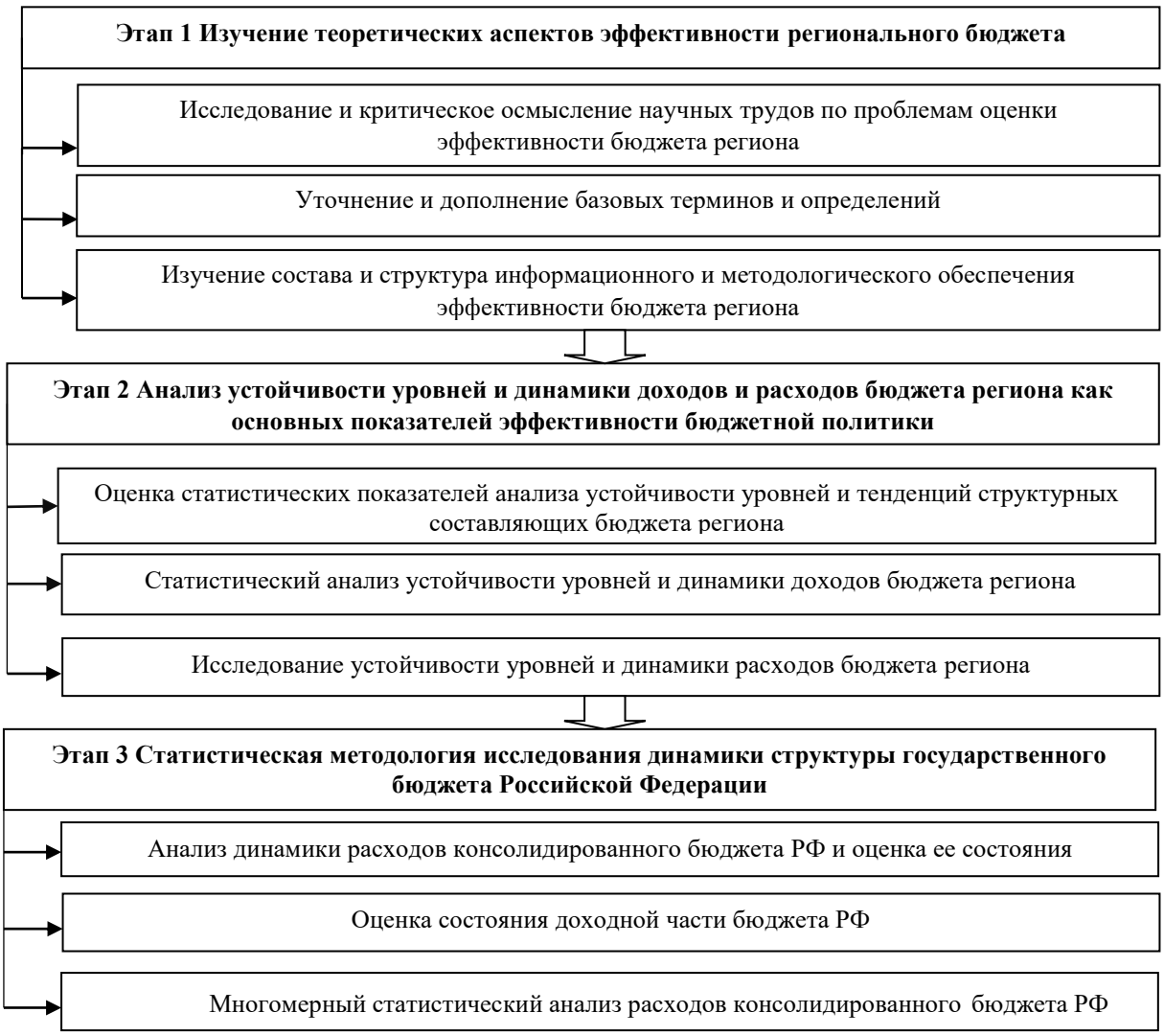

Рисунок 2 - Методика комплексного статистического анализа бюджета региона

В рамках данной статьи были раскрыты некоторые вопросы теоретического обеспечения устойчивости регионального бюджета, обладающие высокой степенью теоретической и практической значимости, подтверждаемой в настоящее время апробацией на материалах Оренбургской области и внедрением результатов в деятельность по управлению бюджетом.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Государственные и муниципальные финансы: Учебник для студентов вузов / Под ред. Поляка Г.Б., 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 391 с*

2. *Золотова, Л.В. Основные тенденции социально-экономического развития Оренбургской области в современных условиях / Л. В. Золотова, Л. В. Портнова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9. – № 4(33). – С. 154-158. – DOI 10.26140/anie-2020-0904-0033.*

3. *Золотова, Л.В. Социально-экономическое развитие Оренбургской области в условиях перехода к цифровой экономике: кластерный подход / Л. В. Золотова, Л. В. Портнова // Россия: тенденции и перспективы развития: Ежегодник. Материалы XIX*

Национальной научной конференции с международным участием, Москва, 18–19 декабря 2019 года / Отв. ред. В.И. Герасимов. – Москва: ИНИОН РАН, 2020. – С. 673-675.

4. Казаковцева, М. В. Устойчивость бюджетов субъектов РФ в условиях нестабильной экономики / М. В. Казаковцева // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. – 2017. – Т. 3. – № 4(12). – С. 64-70.

5. Колодяжная, А. Ю. К вопросу о методическом обеспечении исследования эффективности расходов региональных бюджетов / А. Ю. Колодяжная // Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы: Сборник научных трудов I Всероссийской научно-практической конференции , Оренбург, 16 декабря 2020 года. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2021. – С. 272-278.

6. Макашина, О. В. Оценка качества управления общественными финансами / О. В. Макашина // Экономика и управление в XXI веке: новые вызовы и возможности: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Саранск, 29–30 ноября 2019 года. – Саранск: Индивидуальный предприниматель Афанасьев Вячеслав Сергеевич, 2019. – С. 315-318.

УДК 336

Организация процесса кредитования физических лиц в условиях цифровой трансформации

***Е. В. Лаптева**, к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им.Г.В.Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы организации процесса кредитования физических лиц, примерный состав документов, требуемых банками от физических лиц при кредитовании и правое регулирование организации банковского кредитования, установленное Гражданским кодексом РФ.

Ключевые слова: кредит, физические лица, клиент, банк, этапы, документы.

Abstract. The article discusses the organization of the process of lending to individuals, the approximate composition of the documents required by banks from individuals when lending, and the legal regulation of the organization of bank lending, established by the Civil Code of the Russian Federation.

Key words: credit, individuals, client, bank, stages, documents.

Организация процесса кредитования предусматривает создание банком условий, в который будут формироваться и протекать кредитные отношения с клиентами. Условно их можно разделить на три группы или три организационных блока (рисунок 1).

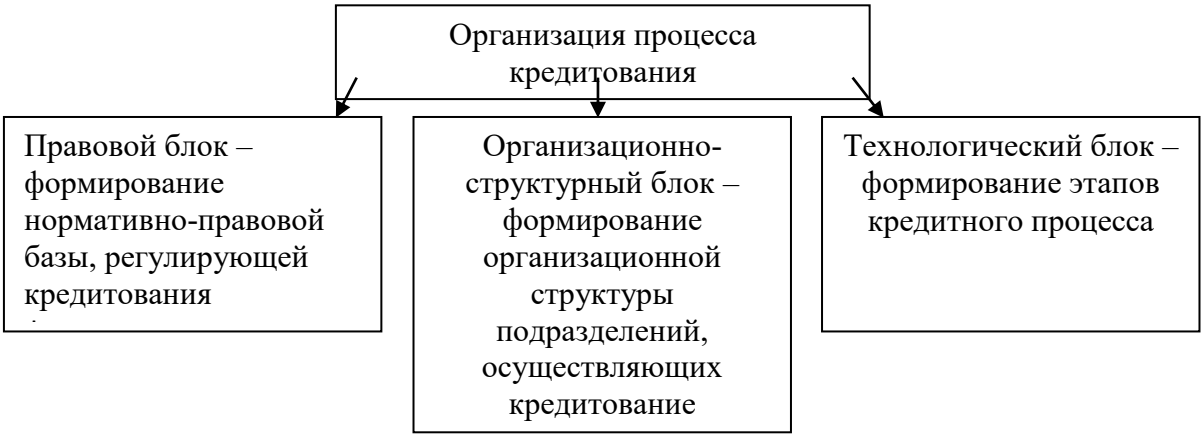

Рисунок 1 - Основные этапы модели организации кредитного процесса в банке [1]

Первоначальным этапом организации процесса кредитования в коммерческом банке является разработка нормативно-правовой базы, которая будет определять и регулировать выдачу кредитов. Эта база включает в себя совокупность локальных актов, разработанных с учетом действующего законодательства – положения, инструкции, методологии, типовые формы, рекомендации и пр., определяющих:

- порядок оценки кредитоспособности заемщиков;
- порядок выдачи кредитов;
- порядок расчета процентной ставки по кредитам;
- порядок приема обеспечения;
- порядок осуществления кредитного мониторинга и др.

Но наибольшее значение в правовом блоке организации процесса кредитования имеет разработка банком кредитной политики в отношении заемщиков.

Кредитная политика – это внутренний нормативный документ банка, устанавливающий основные принципы и приоритеты кредитной деятельности банка в определенный период, условия предоставления кредитов по типам клиентов, принципы управления кредитным риском и кредитным портфелем, формирования процентных ставок и тарифов, требования к обеспечению, направления работы с проблемными кредитами и др. [2].

Непосредственное отражение процесса кредитования физических лиц в коммерческом банке происходит в третьем блоке – технологическом. Он отражает единую технологию действий, которой будет придерживаться банк (его сотрудники) при кредитовании клиентов.

Кредитование физических лиц осуществляется в виде процесса, включающего совокупность этапов взаимодействия банка и заемщика по поводу предоставления кредитных средств. В общем виде процесс кредитования может быть представлен следующим образом:

– этап 1 – обращение потенциального заемщика в банк с заявкой на получение кредита. Процесс кредитования начинается с проведения переговоров с потенциальными заемщиками. Основная цель проводимых переговоров – получение комплексной информации о физическом лице для определения целесообразности работы банка с заявкой на кредит. Переговоры с будущим заемщиком относительно конкретного кредита первоначально проводятся кредитным специалистом. В ходе переговоров специалист выясняет исходные сведения о будущем заемщике, об основных характеристиках кредита, механизме и источниках его погашения, предлагаемом обеспечении, об имеющихся кредитах в других банках, другая информация, а также устанавливается наличие необходимых предпосылок и условий для данной кредитной сделки.

Уже на первом этапе к клиенту предъявляются требования, которым он должен отвечать:

а) во-первых, заемщик, которому предоставляется кредит должно подтвердить свою личность гражданина Российской Федерации, посредством предъявления документа, который удостоверяет его личность, а именно паспорта;

б) во-вторых, определенные ограничения обусловлены возрастным цензом. Как правило, он колеблется в пределах от 18 лет –21 года до 65-70 лет;

в) в-третьих, материальная состоятельность клиента – подтверждение трудовой занятости и уровня постоянного дохода за несколько последних месяцев [3].

Также могут предъявляться и иные требования, что зависит от кредитной политики банка, вида кредитования, категории заемщика.

По результатам предварительных переговоров, специалист предлагает п заемщику с учетом его потребностей тот вид кредитования, который в настоящее время действует в банке и отвечает потребностям, возможностям и требованиям к клиенту;

– этап 2 – оценка документов, предоставленных потенциальным заемщиком. Для рассмотрения вопроса на получение кредита клиент, обращающийся в банк за получением кредита, представляет заявку по форме банка, в которой должны содержаться исходные сведения о требуемом кредите: сумма кредита; целевое использование средств по кредиту; срок, на который испрашивается кредит; предполагаемое обеспечение, краткая характеристика имущества, предлагаемого в качестве предмета залога, или иного предоставляемого обеспечения; планируемые источники погашения ссуды и др.

В дополнение к заявке клиент должен представить пакет документов по перечню, утвержденному банком. Состав документов различается по видам кредитования (таблица 1).

Таблица 1

Примерный состав документов, требуемых банками от физических лиц при кредитовании

Вид кредита	Перечень документов
Потребительский кредит без обеспечения	– паспорт РФ с отметкой о регистрации; – страховое свидетельство государственного пенсионного страхования; – документы, подтверждающие финансовое состояние и трудовую занятость.
Автокредит	– паспорт гражданина кредита РФ; – водительское удостоверение; – страховое свидетельство государственного пенсионного страхования; – документы, подтверждающие финансовое состояние и трудовую занятость; – документы на приобретаемое транспортное средство; – счет на оплату транспортного средства с реквизитами продавца; – полис страхования транспортного средства.
Ипотечный формы кредит	– паспорт гражданина РФ; – второй документ, удостоверяющий личность (водительское удостоверение; военный билет; загранпаспорт и др.); – документы, подтверждающие финансовое состояние и трудовую занятость; – документы по предоставляемому залогу.

Учитывая важность кредитоспособности, при ее оценке банк использует широкий массив информации. Во-первых, это внутренняя информация, которая включает сведения, полученные банком от самого клиента о его финансовом положении. В отношении заемщиков – физических лиц состав анализируемых документов, составляемых внутреннюю информацию, включает:

а) справка о доходах физического лица, копия трудовой книжки;

б) справка о размере получаемой пенсии или иных постоянных выплат;

в) налоговая декларация по НДФЛ или в связи с применением специальных налоговых режимов;

г) иные документы, являющиеся основанием для получения дохода (например, авторский договор, гражданско-правовой договор и т.п.);

д) документы, подтверждающие право собственности на предмет залога (недвижимость, транспорт, земельный участок и пр.) и др. [3].

Кроме того, банк использует и внешнюю информацию, главным образом, информацию, предоставленную из бюро кредитных историй. Она позволяет банку изучить кредитную историю заемщика, т.е. прошлый опыт кредитования, и сделать прогноз относительно и того, как заемщик будет вести себя в потенциальных кредитных отношениях.

Для оценки кредитоспособности банк может использовать разные методы и модели. В отношении физических лиц наиболее распространенной является метод скоринговой оценки. Он основан на присвоении заемщику определенного количества баллов, соответствующих его характеристикам.

Первый этап скоринговой оценки заключается в том, что сотрудник банка предоставляет клиенту для заполнения анкету заемщика. Заполняя анкету, заемщик не сообщает официальных сведений, подтвержденных документами, а сообщает общие сведения, в частности, место работы, наличие и состав имущества, уровень и источники дохода, направления расходов. Каждому из параметров анкеты присваивается определенный балл. В результате заполнения клиентом анкеты, происходит подсчет количества баллов, набранных заемщиком, работник банка составляет и подписывает протокол, содержащий оценку возможности выдачи кредита конкретному заемщику. Исходя из количества набранных баллов, определяется возможность кредитования клиента [4];

– этап 3 – вынесение решения о возможности кредитования клиента. В случае принятия банков решения об отказе в выдаче кредита кредитный специалист уведомляет об этом клиента и дальнейшие отношения в рамках кредитования прекращаются. В случае положительного решения банк осуществляет разработку условий кредитного договора – структурирование ссуды. В процессе структурирования банк определяет основные характеристики ссуды: вид кредита, сумму, срок, способ погашения, обеспечение, цену кредита, прочие условия;

– этап 4 – оформление и подписание кредитного договора со стороны банка и заемщика. Подписание кредитного договора свидетельствует о его заключении, что является основанием для открытия ссудного счета и зачисления на него одобренной банком суммы кредита в пользу заемщика. Работник кредитующего подразделения представляет заемщику график платежей на основе кредитного договора, определяющий порядок погашения кредита. По разным видам кредитов устанавливаются соответствующие формы платежей: аннуитетные платежи – равные по сумме ежемесячные платежи, включающие суммы по возврату кредита и уплате процентов; дифференцированные платежи – платежи с разной суммой в течение срока кредитования.

Согласно кредитному договору за полученный кредит заемщик уплачивает кредитору сумму основного долга и проценты. Проценты начисляются кредитором начиная с даты, следующей за датой предоставления кредита, по дату фактического окончательного возврата кредита включительно на остаток ссудной задолженности (за исключением просроченной задолженности) из расчета действующей по кредиту процентной ставки и фактического количества числа календарных дней в году;

– этап 5 – осуществление контроля за исполнением кредитного договора. При выдаче кредита банк присваивает ему одну из пяти категорий качества, установленных Положением Банка России «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» от 28.06.2017 г. № 590-П. Исходя из категории, банк формирует резерв, величина которого может меняться в

течение срока кредитования, как в меньшую, так и в большую сторону. Это зависит от изменения финансового положения заемщика и качества обслуживания им кредита (погашения).

При выявлении банком случаев нарушения заемщиком условий кредитного договора, например, в виде нарушения срока и порядка погашения кредита, происходит начисление штрафных санкций, обращение взыскания на обеспечение, направлений требований о досрочном погашении кредита, направление исков в суд.

Деятельность коммерческих банков по кредитованию физических лиц осуществляется в соответствии с основами банковской деятельности, закрепленными в Федеральном законе от 02.12.1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности». Так, пункт 2 статьи 5 закона устанавливает, что кредитные организации в России могут осуществлять такой вид банковской операции, как размещение привлеченных денежных средств физических и юридических лиц от своего имени и за свой счет [5]. По сути, данная норма и вводит возможность кредитования физических лиц, а также конкретно указывает, за счет какого источника оно может осуществляться.

Далее в статье 30, в рамках регулирования отношений между кредитными организациями и их клиентами, закон устанавливает обязанность банков по заключению договоров со своими клиентами при осуществлении банковских операций. В частности, законом определено, что в договоре должны быть указаны: процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора. Все эти пункты имеют непосредственное отношение к кредитованию физических лиц.

Статьей 33 закона раскрывается один из принципов банковского кредитования – обеспеченность: банки при выдаче кредитов имеют право принимать обеспечение по ним в виде залога недвижимого и движимого имущества, и иных способов, предусмотренных федеральными законами или договором. Если же заемщик нарушить свои обязательства по договору, то банк вправе досрочно взыскивать предоставленные кредиты и начисленные по ним проценты, если это предусмотрено договором, а также обращать взыскание на заложенное имущество и иные способы обеспечения.

Иные аспекты правового регулирования организации банковского разным кредитования в Федеральном законе от 02.12.1990 г. № 395-1 «О банке банках и банковской деятельности» не раскрываются, поскольку они изложены в другом федеральном нормативном акте – Гражданском кодексе РФ. Этот акт имеет большое значение при организации кредитования физических лиц в коммерческом банке, поскольку вводит понятие кредита, форму и порядок заключения кредитного договора, порядок начисления процентов по кредиту, способы обеспечения кредита, обязанности заемщиков по возврату кредита и пр.

В таблице 2 приведены основные нормы правого регулирования организации банковского кредитования, установленные главами 23 и 42 Гражданского кодекса РФ.

В отношении кредитования физических лиц Гражданский кодекс РФ содержит еще одну важную норму: в статье 819 указано, что в случае предоставления кредита гражданину в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (в том числе кредита, обеспеченного ипотекой), отдельные нормы кредитных отношений определяются законом о потребительском кредите (займе).

Таблица 2

Правое регулирование организации банковского кредитования, установленное Гражданским кодексом РФ

Норма	Основное содержание
Понятие кредита	Это денежные средства, предоставленные по кредитному договору банком или иной кредитной организацией (кредитор) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором, с обязанностью заемщика возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита.
Форма кредитного договора	Кредитный договор должен иметь письменную форму. В противном случае, он является недействительным и ничтожным.
Порядок заключения кредитного договора	Кредитный договор должен быть подписан обеими сторонами кредитной сделки.
Проценты по кредитному договору	Размер процентов за пользование кредитом устанавливается в кредитном договоре с применением ставки в процентах годовых в виде фиксированной величины, с применением ставки в процентах годовых, величина которой может изменяться, либо иным путем, позволяющим определить надлежащий размер процентов на момент их уплаты.
Обязанность заемщика возвратить сумму кредита	Заемщик обязан возвратить кредитору полученную сумму кредита в срок и в порядке, которые предусмотрены договором.
Способы обеспечения обязательств по кредитному договору	Исполнение обязательств в части кредита может обеспечиваться неустойкой, залогом, поручительством, независимой гарантией и другими способами, предусмотренными законом или договором.
Отказ от предоставления или получения кредита	Кредитор вправе отказаться от предоставления заемщику при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что предоставленная сумма не будет возвращена в срок. Заемщик вправе отказаться от получения кредита, уведомив об этом кредитора до установленного договором срока его предоставления. При нарушении целевого использования кредита кредитор вправе отказаться от дальнейшего кредитования заемщика по договору.

Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» охватывает широкую сферу регулирования кредитования физических лиц, устанавливая требования к форме, условиям и порядку

заключения кредитного договора, порядок начисления процентов и санкций, порядок разрешения споров [6].

Основополагающее значение имеют нормы закона относительно формирования и заключения кредитного договора при организации кредитования физических лиц. Согласно нормам Гражданского кодекса РФ, договор должен быть оформлен в письменном виде, в двух экземплярах, и вступает в силу с момента подписания обеими сторонами. При этом его структура специфична относительно иных видов банковского кредитования – она включает общие и индивидуальные условия кредитования.

Общие условия устанавливаются кредитором в одностороннем порядке в целях многократного применения. Т.е. они неизменны для всех заемщиков банка. В общих условиях устанавливается:

- порядок пользования кредитом и его возврата;
- обязанности и права кредитора и заемщика;
- основания и порядок расторжения договора;
- порядок начисления процентов за пользование кредитом и расчета ежемесячных платежей;
- досрочное погашение кредита по инициативе заемщика;
- способы погашения кредита;
- общие положения о сроке действия договора;
- порядок решения спорных ситуаций и др.

Иными словами, общие условия носят организационный характер при кредитовании, не оказывая при этом влияния на конкретные условия кредитной сделки – сумма, срок, процентная ставка. Это часть кредитования регулируют индивидуальные условия. Они формируются банком отдельно для каждого конкретного заемщика, исходя из особенностей его кредитования, и включают:

- сумма кредита или лимит кредитования, валюта;
- срок возврата потребительского кредита;
- процентная ставка в процентах годовых;
- полная стоимость кредита;
- количество, размер и периодичность (сроки) платежей заемщика;
- способы исполнения денежных обязательств по договору;
- цели использования заемщиком кредита;
- ответственность заемщика за ненадлежащее исполнение условий договора, размер неустойки (штрафа, пени) или порядок их определения;
- согласие заемщика с общими условиями договора;
- услуги, оказываемые кредитором заемщику за отдельную плату и необходимые для заключения договора и др.

Как видно из приведенного перечня, именно индивидуальные условия регулируют размер обязательств заемщика перед банком, их обеспечение, стоимость, порядок возврата.

Одним из особых условий кредитования, действующих в отношении заемщиков – физических лиц, является полная стоимость кредита. Она отражает совокупную сумму расходов заемщика по кредитной сделке, кроме величины подлежащих уплате процентов. В полной стоимости кредита учитываются все расходы заемщика, возникающие в связи с заключением и исполнением кредитного договора, например, плата за выпуск банковской карты по кредиту, сумма страховой премии при страховании кредитного договора.

Таким образом, кредитование физических лиц является видом банковского кредитования, который предусматривает предоставление денежных средств на заемной основе населению в целях удовлетворения различных нужд: приобретение потребительских товаров, оплата услуг, покупка автомобиля, строительство или покупка жилья и недвижимости потребительского назначения. Кредитование физических лиц характеризуется многоцелевым характером, что определяет существование разных его видов.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лаптева Е.В. Статическое исследование развития банковского сектора Российской Федерации. – Оренбург: ИПК «Университет», 2015. – 165 с.

2. Попов А.А., Лаптева Е.В. Разработка стратегии узкоспециализированной компании // Аудиторские ведомости. - № 4. -2019. –С. 152-154.

3. Лаптева Е.В. Динамика основных показателей развития банковского сектора России // Сборник тезисов «Молодежный научный форум» - Молодежный парламент Оренбургской области, 2014. – С. 112-114.

4. Zolotova L.V., Lapteva E.V., Portnova L.V. ASSESSMENT OF INFLUENCE THE LEVEL OF PERSONAL SAVINGS ON THE DYNAMICS OF BANKING SECTOR INDICES // В сборнике: European science and Technology. Materials of the X interactional research and practice conference. 2015. С. 234-243.

5. Лаптева Е.В. Динамический анаиз и погнозирование основных экономических показателейразвития банковского сектора Росийской Федрации // В сборнике: Статистические методы в гуманитарных и экономических науках. Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 177-179.

6. Золотова Л.В., Лаптева Е.В., Портнова Л.В. Анализ тенденций в динамике показателей кредитного поведения населения России // В сборнике: Отраслевые особенности развития экономики регионов. Материалы IV Национальной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО "Керченский государственный морской технологический университет". 2018. С. 182-191.

УДК 339.138

Современные технологии цифрового обслуживания клиентов банков на основе использования маркетинговых стратегий

О.В. Мелентьева, *к.э.н., доцент, докторант*
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В результате научного исследования были систематизированы современные технологии цифрового обслуживания клиентов банков на основе использования маркетинговых стратегий, которые или были использованы, или могут быть использованы ведущими банками для развития своего бизнеса и эффективного улучшения отношений с клиентами, развития управления маркетинговой деятельностью банков.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровое обслуживание, клиенты банков, маркетинговые стратегии, дистанционное обслуживание, чат-боты, мобильный маркетинг.

Abstract. As a result of scientific research, modern technologies of digital customer service of banks have been systematized based on the use of marketing strategies that have either been used or can be used by leading banks to develop their business and effectively improve customer relations, develop management of marketing activities of banks.

Keywords: digital technologies, digital service, bank customers, marketing strategies, remote service, chatbots, mobile marketing.

Очень важным фактом развития банковской системы является широкое использование цифровых технологий, что стало объективной необходимостью в современном развитии банковской системы. Цифровые технологии активно применяются в банковской сфере, позволяя повышать качество предоставляемых услуг [1, С. 64-66.].

Представим пять маркетинговых стратегий, которые помогут изменить потребительское поведение клиентов банков и которые будут способствовать формированию концепции управления маркетинговой деятельностью банков в изменяющихся рыночных условиях:

1. Требуют упрощения финансовые концепции с помощью поясняющих видеороликов. Из-за исключительно короткого промежутка времени клиенты редко читают длинные абзацы, содержащие техническую информацию о финансовых планах. Даже если они это сделают, большая часть информации может не иметь для них никакого смысла. Согласно исследованиям, более 50%

посетителей сайта покидают сайт в течение 15 секунд. Чтобы избежать этого, многие компании размещают короткие видеоролики на официальных веб-сайтах банков.

Благодаря привлекательной графике, легко понятному сценарию и приятной фоновой музыке, эти видеоролики идеально подходят для привлечения внимания банковских клиентов, одновременно упрощая сложные финансовые концепции.

Результаты маркетинговых исследований показывают, что большинство миллениалов считают, что они могли бы воспользоваться некоторыми советами по финансовым темам, таким как сбережения (32%), кредитные карты (26%) и составление бюджета (30%). Также они показывают, что миллениалы находят образовательный контент весьма привлекательным из-за отсутствия у них финансовой безопасности.

Таким образом, выбирая правильных влиятельных лиц, таких как профессиональные консультанты, финансовые блоггеры и отраслевые эксперты, можно рассказать своим потребителям о своих продуктах, в то же время незаметно подталкивая их к принятию решений о покупке в вашу пользу.

2. Необходимо оформить официальный веб-сайт главной точкой соприкосновения для клиентов. Цифровые технологии позволяют иметь клиенту минимальное взаимодействие с представителями бизнеса для решения своих проблем при использовании продукта или услуги. Большой процент участников опроса поколения Z заявили, что предпочитают находить информацию в интернете и справляться с проблемами самостоятельно [2, С. 1-13.].

Таким образом, вместо расширения штата службы поддержки клиентов необходимо инвестировать в технологии, которые предлагают круглосуточный доступ и возможности самопомощи на вашем веб-сайте.

Технология живого чата может быть интересной функцией для значительного повышения качества обслуживания ваших клиентов. По данным Forrester, 44% онлайн-потребителей говорят, что ответы на вопросы живого человека во время онлайн-покупки являются одной из наиболее важных функций, которые может предложить веб-сайт [3].

Некоторые финансовые веб-сайты также включают раздел часто задаваемых вопросов, в котором рассматриваются наиболее распространенные вопросы, задаваемые клиентами. Данные, которыми делятся во время живых чатов, также могут стать полезным хранилищем информации, которую можно использовать для создания вашего раздела часто задаваемых вопросов или даже обучить чат-бота привлекать банковских клиентов 24/7.

Говоря о чат-ботах, HDFC Life внедрила первого в Индии чат-бота по страхованию жизни, который действует как финансовое руководство, помогая пользователям выбирать наиболее подходящие планы и решения по страхованию жизни [4]. Этот чат-бот помогает клиентам консультироваться по вопросам страхования, начиная от здравоохранения и заканчивая налоговым

планированием и выходом на пенсию. Оценка основана на простом 60-секундном тесте, который позволяет боту вычислить страховой коэффициент пользователя.

3. Широкую популярность имеет создание канала YouTube для получения информационного контента. Согласно исследованиям, 72% потребителей предпочитают использовать видео, чтобы узнать о продукте или услуге, чем любой другой канал. Например, 68% потребителей считают образовательный и информационный контент более ценным. Это отлично подходит для финансовых брендов, которые могут создавать обучающий контент, учебные пособия и контент, основанный на данных, чтобы помочь пользователям и продвигать свои услуги.

Исследования показывают, что видео продолжительностью от 16 до 120 секунд генерируют почти 50% всех просмотров на YouTube. Поэтому необходимо делать видео короткими и приятными, но в то же время полными полезной информации для пользователей. Еще одной выигрышной стратегией может быть проведение сеансов вопросов и ответов в прямом эфире и вебинаров на официальном канале банка в YouTube для распространения финансовой осведомленности, а также обмена информацией о ваших продуктах.

4. Широкое распространение маркетинга по электронной почте. Несмотря на столь значительный технологический прогресс, маркетинг по электронной почте остается одним из наиболее привлекательных маркетинговых каналов для предоставления клиентам ценной информации. Согласно данным, компании в среднем получают прибыль в размере 38 долларов за каждый 1 доллар, потраченный на маркетинг по электронной почте.

Интеграция с электронной почтой может помочь создать индивидуальные профили клиентов, которые помогут получить представление о привычках банковских клиентов тратить и экономить. Используя эту информацию, можно создавать персонализированные сообщения, которые имеют отношение к банковским клиентам, вместо того, чтобы делиться универсальными сообщениями электронной почты, которые могут раздражать некоторых пользователей.

Вот как интеграция электронной почты может помочь вашим маркетинговым усилиям: разделите свою аудиторию на более мелкие группы в зависимости от их покупательского поведения; создавайте целевой контент для разных сегментов, чтобы повысить конверсию; получайте сложные отчеты по электронной почте, чтобы получать полезную информацию о ваших клиентах; поддерживайте актуальность ваших клиентских данных с помощью автоматической синхронизации данных.

5. Формирование стратегии развития маркетинга в банке на основе мобильного маркетинга. Веб-сайт, удобный для мобильных устройств, является необходимым условием для любого бизнеса, включая банки.

Согласно инфографике Formstack, 57% интернет-пользователей не будут рекомендовать бизнес с плохо разработанным веб-сайтом на мобильных устройствах. В той же инфографике говорится, что 46% покупателей с меньшей вероятностью будут ходить по магазинам в поисках других вариантов, когда они используют мобильное приложение компании [5].

Кроме того, хорошо продуманную мобильную платформу можно использовать для обмена информацией с клиентами, а также для отправки им напоминаний об их ожидающих счетах и обновлениях платежей, чтобы они чувствовали заботу. Мобильное приложение также можно использовать для маркетинга в приложении для доставки персонализированных сообщений, связанных с продуктом или услугой, на устройство клиента, поскольку проще и дешевле продавать и продавать текущих клиентов, чем приобретать нового клиента. С помощью маркетинга в приложении можно обмениваться информацией о вспомогательных продуктах, пока клиент использует приложение, повышая вовлеченность и видимость ваших продуктов.

В нынешнюю эпоху мгновенного удовлетворения банкам необходимо усилить свою игру, чтобы создать «многоканальное» присутствие, где они могли бы предлагать своим клиентам беспрепятственный доступ в режиме 24/7. Также необходимо упростить финансовые транзакции и перевести их в онлайн, чтобы банковские клиенты или потенциальные клиенты не прыгали через обручи, что может значительно повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Таким образом, в результате научного исследования нами были систематизированы современные технологии цифрового обслуживания клиентов банков на основе использования маркетинговых стратегий, которые или были использованы, или могут быть использованы ведущими банками для развития своего бизнеса и эффективного улучшения отношений с клиентами, развития управления маркетинговой деятельностью банков.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Боркунова С.О. Цифровые технологии в банковском секторе // Финансовые рынки и банки. 2020. №6. С. 64-66.

2. Авдеева И.Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского бизнеса в России // Вестник общественных наук. 2017. С. 1-13.

3. Forrester Research [Электронный ресурс] Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Forrester_Research

4. HDFC Life [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.facebook.com/HDFClife/

5. Formstack [Электронный ресурс] Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Formstack

УДК 334

Развитие рынка платежных карт ЕАЭС в условиях цифровой экономики: конкуренция и перспективы

В.И. Новикова, *старший преподаватель*
МГУПП, Россия, г. Москва

Аннотация. Предварительный анализ ситуации на трансграничных товарных рынках в сфере цифровой экономики и электронной коммерции показал, что на них присутствует ряд проблем, связанных с низкой изученностью данных рынков, выявлением признаков нарушений национального антимонопольного законодательства на товарных рынках в сфере цифровой экономики и электронной коммерции. Актуальность выбранного рынка платежей с использованием банковских карт, обусловлена подавляющим объемом денежных платежей с использование банковских карт, в то время как сервисы электронных денежных средств, хоть и набирают темпы роста, но не составляют конкуренцию классическим средствам платежа.

Ключевые слова: банк, платежная карта, расчеты, платежная система, услуги, цифровая экономика.

Annotation. A preliminary analysis of the situation in cross-border commodity markets in the digital economy and e-commerce showed that there are a number of problems associated with low knowledge of these markets, identification of signs of violations of national antimonopoly legislation in commodity markets in the digital economy and e-commerce. The relevance of the selected market for payments using bank cards is due to the overwhelming volume of cash payments using bank cards, while electronic money services, although they are gaining growth rates, do not compete with classical means of payment.

Key words: bank, payment card, settlements, payment system, services, digital economy.

Конкуренция в сфере цифровой экономики и электронной коммерции относится к явлениям мирового масштаба, актуальность которого ежегодно возрастает стремительными темпами в отношениях между хозяйствующими субъектами, регулирующими органами, потребителями, а также в научно-академическом и экспертном сообществе.

Рынок платежей с использованием банковских карт, представляет собой совокупность рынков дифференцированного перечня услуг различных платежных систем, ряд из которых образуют товарные группы частично взаимозаменяемых услуг, например, услуга платежных систем для проведения оплаты потребительских покупок посредством банковских карт, с одной стороны, и услуга других платежных систем, обеспечивающая оплату

потребительских покупок электронными платежами без использования банковских карт, например, через операторов системы «электронные деньги», с другой. Это связано с тем, что услуга операторов систем «электронные деньги» в российском законодательстве также рассматривается как оператор платежной системы.

В роли товара на рынке платежей с использованием банковских карт, выступает услуга платежа, оказываемая в процессе покупки товара или услуги с помощью банковской карты, выпущенной банком-эмитентом под брендом платежной системы и выступающей в роли средства платежа на данном рынке.

Развитие конкуренции на рынке платежей с использованием банковских карт, как и, напротив, сохранение и усиление концентрации и монополистических тенденций, имеет мультипликативный эффект на состояние смежных и производных рынков, в частности, непосредственно влияет на ценообразование в банковском секторе в сегменте услуг банковских платежей. В ряде случаев высокий уровень концентрации на рынке платежей с использованием банковских карт, систем является барьером входа на рынок банковских услуг, в том числе, в региональном аспекте, что негативно влияет не только на развитие конкуренции в банковском секторе, но и национальные интересы стран-участниц ЕАЭС. В качестве примера явных признаков рыночной концентрации и монополистической деятельности можно отнести повышенный уровень комиссии за услуги эквайринга в Российской Федерации в сравнении с другими странами.

Значительный объем научных публикаций, посвященных актуальным проблемам в сфере платежных систем, позволяет осуществлять анализ на основе развитой методологической базы, что является фактором, способствующим полному и всестороннему анализу на предмет выявления угроз конкуренции и нарушений норм и принципов конкурентного права ЕАЭС.

В настоящее время в ЕАЭС не осталось Государств-Членов ЕАЭС, на территории которых не осуществляют свою деятельность два крупнейших игрока рынка платежей с использованием банковских карт, являются Visa и MasterCard.

Рынок платежей с использованием банковских карт, на пространстве ЕАЭС можно охарактеризовать как высококонцентрированный, имеющий черты олигополии с элементами монополистической конкуренции. Значительные доли имеют две крупнейшие платежные системы – Visa и MasterCard.

В связи с этим, несмотря на наличие иных ПС на рынке ЕАЭС, в настоящее время, пока они не могут составить необходимой конкуренции для ПС Visa и MasterCard, и рынок не может быть охарактеризован как конкурентный.

В настоящее время отсутствует возможность рассмотреть статистические данные по уровню концентрации того или иного хозяйствующего субъекта на

рынке платежей с использованием банковских карт, объединяющие информацию по всем государствам-членам ЕАЭС. Это обусловлено тем, что сами платежные системы не раскрывают информацию по количеству эмитированных карт. Органы, регулирующие банковскую систему (мегарегуляторы), публикуют статистику по разным показателям (объем денежных средств, обращаемых через платежные системы, объем транзакций, объем эмитированных карт).

Для определения уровня концентрации на рынке активно применяется индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI). Данный метод применим и к рынкам трансграничной электронной коммерции, в частности к рынку платежей с использованием банковских карт. По результатам расчета получены следующие значения:

HHI в Российской Федерации = 49,422 + 44,722 + 5,922 = 4473,26

HHI в Республике Казахстан = 722 + 18.42+9,62 = 5614,72

HHI в Республике Беларусь = 39,952 + 16,92 + 39,42 = 3433,97

HHI в Республике Киргизия = 28,522 + 0,92 + 35,922 + 33,922 = 3251,08

HHI в ЕАЭС = 54,82 + 372 + 1,22 = 4373,48

Еще одним показателем, который наглядно демонстрирует уровень концентрации на товарном рынке, является индекс CR (Concentration ratio).

По имеющимся в общем доступе данным индекс CR3 показывает следующие результаты:

CR3 в Российской Федерации = 49,4 + 44,7 + 5 = 99,1

CR3 в Республике Казахстан = 72, + 18,4 + 9,6 = 100

CR3 в Республике Беларусь = 39,95 + 39,43 + 16,9 = 96,28

CR3 в Республике Киргизия = 35,9 + 33,9 + 28,5 = 98,3

CR3 в ЕАЭС = 54,8 + 37 + 1,2 = 93

Приведенные выше индексы и имеющиеся статистические данные подтверждают вывод о том, что рынок платежей с использованием банковских карт, является высококонцентрированным, с признаками доминирования у двух участников рынка – MasterCard и Visa.

Рынок имеет высокие барьеры входа, обусловленные значительными издержками, необходимыми для создания и запуска ПС в связи с ее высокой технологичностью, а с другой стороны сетевым эффектом, который выражается в заинтересованности потенциальных клиентов быть участников платежной системы с максимальным числом клиентов.

К очевидным барьерам входа, применимым к рынку платежей с использованием банковских карт, можно отнести большие финансовые затраты для хозяйствующих субъектов, которые намерены осуществлять свою деятельность именно в этой сфере.

Банки-эмитенты вынуждены бороться с барьерами на рынке платежей с использованием банковских карт, которые выражаются в том, что государственному учреждению экономически целесообразней пользоваться услугами одной банковской организации, эмитирующей банковские карты, что

не позволяет другим банкам-эмитентам обслуживать клиентов, являющихся государственными служащими.

Аналогичный барьер имеет место быть и с работниками крупных корпораций, которым по аналогии с государственными учреждениями не целесообразно начислять заработную плату на карты, эмитентами которых являются различные банки участников

На рынке платежей с использованием банковских карт, как уже отмечалось ранее, весьма распространено влияние сетевого двустороннего эффекта, который является одним из сильнейших барьеров для входа на анализируемый нами рынка. А без наличия колоссальных финансовых и административных ресурсов набрать критическую массу пользователей, позволяющую осуществлять свою деятельность на столь высококонцентрированном рынке, не представляется возможным.

Рынок платежей с использованием банковских карт носит олигопольный характер, в котором доминирующее положение занимают два хозяйствующих субъекта, достаточно велика возможность злоупотребления доминирующим положением в условиях коллективного и/или индивидуального доминирования одним или несколькими субъектами рынка платежей с использованием банковских карт, в том числе, в форме установления монопольно высокой цены на услуги и тарифы платежных систем, ограничения доступа на рынок, навязывания невыгодных условий договора, изъятия товара из обращения и др., а также заключение между субъектами платежных систем соглашения в целях поддержания цен на услуги и получения иных преимуществ из своего монопольного положения.

В странах ЕАЭС наблюдаются также признаки установления поддержания завышенных цен, экономически и технологически необоснованного тарифного регулирования на рынке платежей с использованием банковских карт. В настоящий момент данные комиссии устанавливаются в рамках договорных отношений между банками и платежными системами, что исключает общедоступность данной информации. Однако, как уже ранее описывалось на примере Российской Федерации, межбанковские комиссии несоизмеримо превышают аналогичные комиссии по сравнению с установленным в странах ЕС.

Платежная система Visa дала возможность банкам на территории Российской Федерации устанавливать комиссии за снятие наличных денежных средств в банкоматах банка-эмитента банковской карты, с которой происходит снятие. С учетом изложенного существует вероятность наличия нарушений, выраженных в виде установления необоснованных цен и поддержания цен на услуги платежных систем, предоставляемых операторами платежных систем для транзакций с использованием банковских карт. Подобные нарушения уже имели место, в частности, на территории США и ЕС.

В сравнительном плане, необходимо заметить, что в ряде зарубежных стран, наряду с ПС Visa и MasterCard активно действуют и иные ПС, которые

имеют также значительную долю, например, American Express, Union Pay и др. При этом, ПС Visa и MasterCard доступ на китайский рынок был открыт сравнительно недавно уже после формирования там национальной ПС Union Pay, что изначально поставило ПС Visa и MasterCard в конкурентные условия.

Для повышения уровня роста национальных платежных систем органы государственной власти могут вводить в императивном порядке ограничения для действий хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность на рынке платежей с использованием банковских карт.

Такие ограничения позволили китайской платежной системе UnionPay находиться на лидирующих позициях в мировом рейтинге по объему, занимаемому на рынке платежей с использованием банковских карт. До 2017 года в Китае не эмитировались банковские карты таких гигантов рынка как Visa и MasterCard. Справедливо отметить, что достижение подобных результатов заняло у платежной системы UnionPay 17 лет, одновременно с этим наблюдался рост экономической активности, увеличение ВВП и наращивание производственных мощностей, что несомненно является благоприятным фактором для увеличения объема транзакций через платежную систему.

Рынки цифровой экономики и электронной торговли, включая как собственно цифровые рынки, так и традиционные рынки, подверженные цифровизации (например, платежные системы), уже являются или в ближайшей перспективе стремятся стать трансграничными, что означает, что развитие конкуренции на таких рынках является наднациональной задачей и входит в сферу компетенции ЕАЭС.

Цифровой характер рынков, включая характеристики товаров и поведение хозяйствующих субъектов, накладывает технологические ограничения на доступ к данным для оценки состояния конкуренции. Возникают предпосылки для создания технологий мониторинга рынков в режиме онлайн, что требует наличия правовой возможности (режима) доступа к соответствующей информации.

Изменчивое разнообразие и растущий объем рынков цифровой экономики способны вывести их за пределы пропускных способностей антимонопольных органов, и их рациональное распределение нуждается в применении риск-ориентированного подхода на базе технологий «больших данных» и «машинного обучения».

Платежные карты являются одним из наиболее эффективных платежных инструментов при осуществлении трансграничной торговли. Представляется, что в условиях глобальной платежной инфраструктуры и с учетом эффективно действующих национальных регуляторов в платежной сфере, в данном вопросе регулирование не создает препятствий для трансграничной торговли. При этом может быть рассмотрен опыт применения отдельных институтов (например, прямой запрет на установление комиссий за прием платежных карт в казахстанском законе, и другие меры). Все более популярным средством платежа при электронной торговле становятся электронные деньги.

Дефиниции электронных денег существенно различаются между рассматриваемыми странами. Целесообразно с учетом возможных различий в подходах и потребностях рассматриваемых стран, произвести гармонизацию указанных определений.

В части 3 ст. 40 казахстанского закона содержится интересное и перспективное положение, по сути запрещающее взимать дополнительную плату за прием платежных карт (так называемое no surcharge rule), которое выравнивает условия для приема наличных и безналичных платежей и косвенно стимулирует увеличение объема и перспективы конкуренции на рынке услуг безналичных платежей.

Положительной практикой являются нормы, которые устанавливают гарантии и условия ограничения ответственности держателей платежных карт при несанкционированных списаниях. Распространенность безналичных платежей, которая напрямую зависит от таких гарантий, стимулирует развитие электронной торговли.

В рамках гармонизации институтов, регулирующих платежи, целесообразно сравнить лучшие практики и на их основе сформулировать предложения по совершенствованию национальных норм. Так, в части 8 ст. 40 казахстанского закона содержится прогрессивное положение, устанавливающее конкретные сроки возмещения в рамках института ограничения ответственности. В российской правоприменительной практике институт ограничения ответственности держателей карт не работает в полной мере во многом в силу отсутствия такого срока возмещения (часть 12 статьи 9 ФЗ «О НПС»).

При совершении различных типов платежей требуются платежные средства с различными ограничениями по суммам, с учетом AML-требований («антиотмывочное» законодательство). Введение градации персонифицированных и неперсонифицированных платежных средств является балансом между требованиями AML-законодательства по идентификации держателей платежных средств и удобством пользователей. Данный подход соответствует мировым практикам. В то же время лимиты и подходы к их определению целесообразно унифицировать

В российском законе было сделано важное нововведение с точки зрения расширения конкуренции между традиционными провайдерами услуг платежных услуг и операторами связи – последним была предоставлена возможность осуществлять платежи по поручениям своих абонентов за счет получаемых от них средств. Данный опыт может быть использован в других странах с точки зрения расширения конкуренции на рынке платежных услуг, расширении круга поставщиков таких услуг.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Новикова В.И. Специализация кредитных организаций и концентрация банковского капитала // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2021. № 1. С. 240-252.

2. *Писенко К.А. Субсидирование хозяйствующих субъектов в бюджетной системе: частные и концептуальные проблемы регулирования и использования цифровых технологий // Финансовое право. 2020. № 6. С. 12-17.*

3. *Писенко К.А. Подходы к классификации антимонопольных обязательных требований на примере института контроля экономической концентрации // сборник: Глобализация и публичное право. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 25-34.*

4. *Разработка методических рекомендаций по анализу трансграничных рынков в сфере цифровой экономики и электронной коммерции: отчет о НИР / АНО «Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства»; рук. Н. В. Смиронов. Москва, 2018. 266 с.*

5. *Смирнов Н.В. Подходы к обоснованию установления изъятий из национального режима или особенностей осуществления закупок государствами - членами Евразийского Экономического союза // Торговая политика. 2016. № 2 (6). С. 125-137.*

УДК 336.748.12

Формы проявления и механизм противодействия импортируемой инфляции

Д.И. Рамазанов, *к.э.н., доцент*
Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются проявления импортируемой инфляции, дается расширительная трактовка импорта в целях выявления причин инфляции. Указывается, что обменный курс и импорт могут иметь как инфляционный, так и антиинфляционный эффект. Делается вывод о необходимости стимулировании импортозамещения как действенного метода борьбы с импортируемой инфляцией.

Ключевые слова: инфляция, импорт, формы импортируемой инфляции, валютный курс, импортозамещение.

Abstract. The article discusses the manifestations of imported inflation, gives an extensive interpretation of imports in order to identify the causes of inflation. It is indicated that the exchange rate and imports can have both inflationary and anti-inflationary effects. It is concluded that it is necessary to stimulate import substitution as an effective method of combating imported inflation.

Keywords: inflation, import, forms of imported inflation, exchange rate, import substitution

В современных условиях инфляция является большой проблемой для экономики и «головной болью» для властей, в том числе и для денежного регулятора. В условиях стагнации мировой экономики и все большей вовлеченности России в глобальную экономику важное значение приобретают внешнеэкономические факторы, в частности, приводящие к импорту инфляции

в стране, так называемая импортируемая инфляция. Успешность интеграции в мировую экономику во многом определяется степенью открытости экономики, но, с другой стороны, платой за интеграцию выступает импорт инфляции. Данная проблема приобретает большое значение в особых условиях характера экономики России, среди которых можно выделить высокую зависимость платежного баланса от цен на энергоресурсы и высокую долю импорта продуктов питания в потребительской корзине россиян [1, с. 5]. Также необходимо отметить и косвенную возможность импорта инфляции в условиях свободных валютных курсов. Девальвация отечественной валюты приводит к инфляции, даже если цены на импортируемые товары в других странах остаются прежними. Не теряет актуальности данная тема и в настоящее время, когда экономику России пытаются «выключить» из глобальной экономики, в условиях санкций со стороны недружественных государств стран Запада. Анализ текущей ситуации позволяет сделать вывод, что произойдет существенное ограничение российского импорта товаров и услуг при относительно умеренном сокращении экспорта, что приведет к сильно положительному сальдо торгового баланса.

На рисунке 1 представлена динамика импорта и инфляции за 2001-2020 годы. Видно, что объем импорта сильнее проседает в 2009 и 2015 годах, что напрямую связано с санкционным давлением и рецессией. В эти годы мы также наблюдаем ускорение инфляции. Так, рассчитанный нами коэффициент корреляции между индексом потребительских цен и импортом за 2000-2020 годы составил минус 0,679, что свидетельствует о заметной обратной связи между рассматриваемыми показателями.

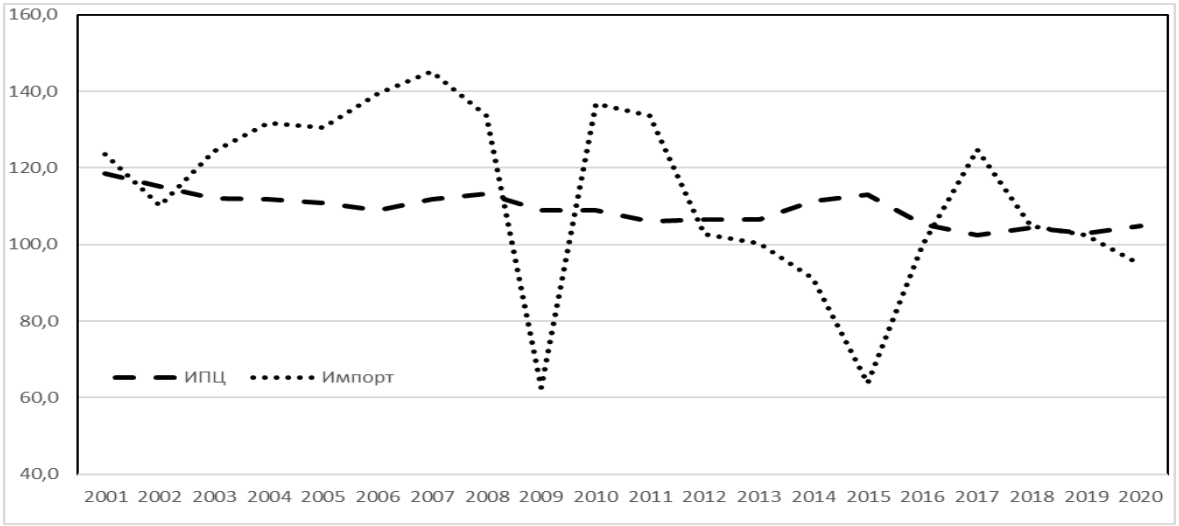

Рисунок 1 - Динамика индекса потребительских цен и импорта, в % к предыдущему году [2]

Теперь перейдем к рассмотрению и анализу форм проявления импортируемой инфляции. Первая форма – если возрастание спроса приводит к увеличению экспорта, более быстрого роста цен и доходов за границей, инфляция как бы «заносится» в страну растущим зарубежным спросом. Рост

мировых цен стимулирует экспорт товаров и происходит «обескровливание» экономики в виде снижения товарной массы и внутреннего предложения, поскольку внутренние цены заметно ниже мировых. Данный фактор импортируемой инфляции носит скорее временный характер, в силу высокой волатильности современной мировой экономики. Вторая форма – экономика страны сталкивается с ростом цен на импортируемое сырье и промежуточные продукты, и как следствие будет наблюдаться рост цен, порождаемый «остальным миром». Таким образом, чем выше зависимость страны от импорта, тем сильнее влияние данного фактора. Нивелирование это фактора импортируемой инфляции возможно лишь в условиях проведения широкомасштабного импортозамещения, что в свою очередь связано с серьезными структурными и институциональными изменениями в экономике. Третья форма – в условиях фиксированных обменных курсах избыток платежного баланса автоматически ведет к росту денежной массы, так как Центральный банк должен выкупить излишек валюты при паритетном курсе, выплачивая за него экспортерам рубли. В таких условиях рост денежной массы может быть вызван не сознательной политикой, а внешнеэкономической ситуацией. Отметим, что третья форма теряет свое значение в условиях гибких валютных курсов, но все же, к примеру, действующий с 2014 года режим плавающего валютного курса предполагает вмешательство регулятора в целях поддержания финансовой стабильности. Все вышеназванные формы импортируемой инфляции для национальной экономики имеют проявление как в форме инфляции издержек, так и инфляции спроса. Отметим, что такое разграничение возможно лишь теоретически, на практике оба вида инфляции наслаиваются друг на друга.

С целью уточнения факторов импортируемой инфляции необходимо также определиться с понятием импорта. Отметим, что доля импортных продовольственных товаров в товарных ресурсах розничной торговли продовольственными товарами в 2021 году составила 24 %, тогда как в 2005 году было 35% [2]. Но в то же время, с точки зрения инфляции, что мы будем понимать под импортными товарами? В данном случае на инфляцию в стране будет влиять не только импорт готовых товаров и услуг, но и стоимость, к примеру, сырья или комплектующих, без которых невозможно изготовить российские товары. Другим примером может послужить товар, ввозимый из-за границы, но расфасованный в России. Таким образом, с точки зрения воздействия на цену товара необходимо учитывать и эти факторы. При этом, по экспертным оценкам, доля импорта в продовольствии составляет 80-90%. Можно, конечно, не согласиться с такой оценкой, но в том, что это влияет на стоимость российских товаров, произведенных с участием импортных составляющих, не приходится сомневаться. В данном случае импорт должен рассматриваться в расширительной трактовке, поскольку в себестоимости российских товаров «сидят» в той или иной степени импортные ресурсы. Поэтому в оценке импортируемой инфляции необходимо учитывать весь

импорт товаров и ресурсов, так как это дает более полную картину импортируемой инфляции. В условиях стагнирующей экономики фактор импортируемой инфляции приобретает все более острый характер. Значительная часть импортируемой продукции, по оценкам, является неэластичной по цене, то есть растущий объем спроса не обеспечивается внутренним предложением товаров, образуя дефицит и увеличение объемов импорта в условиях повышающихся цен [3, с. 366]. Но, с другой стороны, когда в экономике отсутствуют механизмы импортозамещения, импорт товаров может оказать сдерживающее на инфляцию влияние, поскольку расширить собственную товарную массу экономика не способна. Сдерживание инфляции посредством импорта, конечно, имеет временный и довольно узкий характер применения. Исследования показали, что между инфляцией и импортом существует высокая зависимость: чем выше объем импорта, тем ниже темпы инфляции [4, с. 38]. Но, если с помощью импорта мы сможем сбалансировать товарную и денежную массу в экономике, то мы не будем застрахованы от роста цен вследствие колебаний курса. Можно отметить, что наибольшее влияние на инфляцию оказывает номинальный эффективный курс рубля. При удешевлении национальной валюты происходит удорожание импортных товаров, и как следствие ускорение внутренней инфляции. Если происходит укрепление рубля к иностранным валютам, инфляция снижается, поскольку дешевеет импорт. При этом второй эффект на практике является менее заметным, а может и вовсе отсутствовать, так как в современных условиях цены не обладают понижательной тенденцией в силу слабости факторов, приводящих к дефляции.

Использование импорта как метода борьбы с инфляцией, пусть даже в краткосрочном периоде, показывает, что экономика России имеет недостаточный объем для наполнения рынка товарами, подлежащих импортозамещению. Таким образом, необходимо задействовать внутренние источники роста производства продовольственных товаров. Одной из задач Доктрины экономической безопасности Российской Федерации является устойчивое развитие отечественного производства продовольствия и сырья, которого будет достаточно для обеспечения продовольственной независимости страны. Эта задача направлена на расширение товарной массы и снижение импортной зависимости в свете продовольственной безопасности. Однако необходимо отметить, что инфляция сама по себе способствует убыточности отрасли, и основной причиной этого является опережающий рост цен на средства производства, главным образом связанный с регулированием государством цен на основные виды ресурсов. Это известная в экономической теории «ножницы цен», при этом в современных условиях одна половинка ножницы находится в руках государства. Если же говорить об экспорте, то здесь также ситуация не радужная – наблюдаемая на сегодня ситуация с ростом мировых цен на продовольствие приводит к расширению экспорта

продовольственной продукции и как следствие сокращение предложения на внутреннем рынке и рост цен.

В заключении отметим, что импорт выполняет двоякую роль: как фактора, способствующего инфляции, и как антиинфляционного фактора. Основная его задача заключается в достижении таких объемов внешнеторговых операций, которые бы позволили экономике иметь особого рода запас прочности в части борьбы с инфляцией. Главную роль в наполнении рынка товарной массой, конечно же, отводится внутреннему производителю, а импорт можно рассматривать в качестве дополнения к данной антиинфляционной тактике.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. А.В. Улюкаев, М.В. Куликов. Воздействие мировых товарных цен на глобальную и российскую инфляцию // Деньги и кредит. 2009. №4.

2. Режим доступа: http://www.fedstat.ru/indicator/data.do (дата обращения - 26.03.2022).

3. Д.Н. Голощапов. Значение импортируемой инфляции в формировании общей динамики роста цен // Вестник ТГУ. №2. 2009.

4. Зысман Н.И., Ильяшенко В.В. Влияние внешнеэкономических факторов на инфляцию в России // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. Т. 46. № 2.

Секция 5

Современное состояние и перспективы учета и контроля

УДК 657

Цифровые технологии в современном управленческом учете

***Д.Ю. Бусыгин**, к.э.н., доцент*
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь

Аннотация. В условиях цифровизации экономики приобретает особую значимость использование информационных технологий в управленческом учете. В статье рассматриваются базовые цифровые технологии в бухгалтерском и управленческом учете. Обоснована необходимость расширения сферы их применения.

Ключевые слова: цифровые технологии, информационные технологии, управленческий учет, базы данных, искусственный интеллект.

Abstract. In the context of the digitalization of the economy, the use of information technologies in management accounting is of particular importance. The article deals with basic digital technologies in accounting and management accounting. The necessity of expanding the scope of their application is substantiated.

Keywords: digital technologies, information technologies, management accounting, databases, artificial intelligence.

Важнейшим фактором в настоящее время является цифровизация осуществляемой деятельности. Проблема применения цифровых технологий в управленческом учете является весьма актуальной. Ожидается, что все большее внимание будет уделяться общим службам, поскольку там выполняется все больше и больше задач [1, с. 169; 2, с. 39]. В то же время ученые утверждают, что количество сотрудников значительно сократится в результате расширения автоматизации. Помимо SSC, появляются подформы, такие как центры экспертизы или центры передового опыта, где эксперты со специальными знаниями предлагают консультационные услуги.

Объектом исследования являются цифровые технологии в управленческом учета. Управленческий учет становится все более централизованным из-за повышенного давления на эффективность. Автоматизация и стандартизация являются естественным следствием [3, с. 49; 4, с. 101]. Есть еще две причины необходимости стандартизации. Во-первых, это интеграция и обеспечение безопасности и гибкости данных и анализа на уровне всей компании, что является важным шагом на пути к управлению

управленческим учетом. Во-вторых, иметь возможность внедрять новые технологические инструменты и, в частности, автоматизировать процессы. Таким образом, необходимо построить высоко стандартизированную инфраструктуру, в которой данные совместимы, а модели драйверов работают эффективно. Как только это установлено, управленческий учет может также поддерживать выбор инструментов и методов, которые вписываются в оптимизированную бизнес-среду. С точки зрения больших данных это означает, что управленческому учету необходим внутренний и внешний процесс, который позволяет концептуальную и техническую интеграцию всех данных во внутренние процессы [5, с. 97]. Независимо от того, хранятся ли данные централизованно или децентрализовано в соответствии с функциями, управленческий учет должен иметь суверенитет над всеми данными, которые имеют отношение ко всему бизнесу, чтобы оставаться «единым источником достоверной информации».

Более того, можно ожидать изменений в принципах рулевого управления. Как правило, управление бизнесом станет проектно-прогнозирующим и отойдет от нынешней реактивно-аналитической концепции. Во всей компании этот принцип будет основан на количественных моделях драйверов. Дополнительные изменения возникают из-за возможности самоконтроля, когда руководство может извлекать соответствующую информацию из самих систем. Этот аспект усиливается технологическими достижениями мобильных вычислений. Кроме того, самообслуживание BI также позволяет другим конечным пользователям легко создавать и настраивать свои собственные отчеты и проводить самостоятельно анализ. Тем временем развивается новая организационная область или, по крайней мере, новые должности для специалистов по данным. Считается, что специалист по данным обладает опытом, которым вряд ли обладает бухгалтер по управленческому учету. Растущее использование общих услуг и появление новых должностей, тесно связанных с управленческим учетом, вызывает сомнения в необходимости управленческого учета и в том, как это повлияет на численность сотрудников. Конечно, несколько должностей в области управленческого учета будут сокращены. Тем не менее, некоторые ученые с оптимизмом смотрят на то, что усиленное внимание к управленческому учету в качестве делового партнера даже может создать новые рабочие места для решения этой сложной задачи.

В целом, использование ИТ не является чем-то новым. С 1970-х годов используются компьютеры и ERP-системы. Десять лет спустя электронные таблицы и BI, реляционные базы данных и хранилища данных начали проникать в отделы. Сейчас многочисленные новые методы и технологии, которые можно применять на предприятиях, возникают в связи с цифровизацией и являются движущей силой последней. Однако также важно отметить, что новых инструментов управленческого учета как таковых не существует из-за программного обеспечения ИТ. Вместо этого знакомые инструменты, такие как целевые затраты, просто применяются с ИТ-

инструментами, и эти инструменты позволяют эффективно использовать их в управленческом учете. Тем не менее, мы признаем потенциал модификации существующих инструментов, управляемых ИТ. Чтобы бухгалтеры по управленческому учету знали, какие типы программного обеспечения существуют на рынке и для чего они подходят, полезно знать технологии, на которых они основаны. Большие данные — сложная проблема, и, естественно, она имеет несколько технологических основ. А именно, вычисления в памяти, базы данных NoSQL и аналитические базы данных. Автоматизация, в частности RPA, может быть основана на машинном обучении и искусственном интеллекте. Другими важными технологиями являются облачные вычисления и мобильные вычисления.

В целом искусственный интеллект (ИИ) понимает попытки имитировать когнитивные способности машин, чтобы они могли автономно решать проблемы и улучшать эти решения, постоянно обучаясь. Nермин ИИ уже был придуман в 1956 году, но только недавно, несколько дополнительных факторов поддерживают его рост. Одним из них являются большие данные, поскольку ИИ использует большие объемы высококачественных данных при рассмотрении новых дел, требующих принятия решений. ИИ описывается как вторая волна цифровизации. Это подчеркивает, что технология все еще относительно неизвестна с точки зрения ее использования в управленческом учете. Некоторые ученые не уверены, в каких областях ИИ для управленческого учета будет применяться. В то же время другие подчеркивают важность ИИ и то, что он неизбежно станет очень важным аспектом в будущем.

Возможные будущие сценарии заключаются в том, что ИИ предлагает конкретные идеи для принятия решений бухгалтеру по управленческому учету или что системы, автоматически принимают собственные решения и разрабатывают меры управления в соответствии с руководством. Одним из ограничений ИИ является то, что, в зависимости от конкретных используемых алгоритмов, он работает в «черном ящике», и принимаемые решения часто непонятны, что в некоторых случаях приводит к риску принятия или законности. Хорошо известным примером программного обеспечения, использующего ИИ, является IBM Watson Analytics. Этот инструмент можно считать подходящим для использования в управленческом учете, особенно для таких процессов, как управленческая отчетность и управление рисками, где сбор данных, корреляции, визуализация и прогнозы могут повысить ценность. Искусственные нейронные сети — это технология, тесно связанная с текущим ИИ, которая является технической копией человеческих нейронных сетей. Эти сети обучены учиться на проанализированных данных путем поиска закономерностей, корректировки силы соединений и учета неверных результатов, чтобы в конечном итоге найти решения для ранее неизвестных случаев. Следовательно, искусственные нейронные сети являются основой для машинного обучения [6, с. 38].

Машинное обучение позволяет приложениям повышать качество анализа и результаты с увеличением объема анализируемых данных, поскольку алгоритм способен непрерывно изучать величину влияний и то, как они связаны. Например, модели БА можно постоянно дополнять и улучшать для достижения максимально возможного качества анализа. Некоторые ИТ-решения предоставляются DataRobot, BigML и PredictionIO. Облачные вычисления относятся к данным и приложениям, которые хранятся и доступны через Интернет, а не через локальное оборудование и системы. Следовательно, вычислительные мощности могут быть увеличены с минимальными затратами, а организации могут расширить свои возможности. Кроме того, данные могут быть доступны в любом месте и в любое время. Для многих компаний безопасность данных в облаке все еще может быть проблемой, но в будущем эти решения получат все большее распространение. Облачные решения являются оптимальным вариантом, особенно для малых и средних компаний, поскольку они могут быть реализованы более экономично и гибко. Ведущими поставщиками общедоступных облачных служб, которые в настоящее время используются компаниями, являются Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure и Google Cloud, за которыми следуют VMware Cloud on AWS и IBM Cloud. Некоторое программное обеспечение, упомянутое выше, также предлагается в облаке, например, KNIME, которое предоставляется через AWS и Microsoft Azure (KNIME, n.d.). В конце концов, многие провайдеры предлагают гибридные решения, поэтому пользователи могут выбирать либо локальные решения, либо облачные сервисы, либо и то, и другое. Широкое использование портативных устройств, особенно смартфонов, требует мобильных вычислений. Они подчеркивают, что мобильные телефоны и связанные с ними устройства работают так же, как компьютеры, и теперь могут применять расширенную аналитику. Такие мобильные решения также поддерживаются облачными сервисами, поскольку они используют доступ, не зависящий от времени и местоположения. Очевидно, что некоторые инструменты, особенно машинное обучение, часто упоминаются в связи с другими и предоставляют варианты того, как их функциональность может быть улучшена.

Таким образом применение ИТ в управленческом учете становится неизбежным фактом. И руководству компаний активизировать внедрение управленческого учета на основе ИТ. Это принесет пользу всем: акционерам, руководству и работникам. Применяя технологию управленческого учета на основе ИТ, компании и бухгалтеры могут составлять точные отчеты для принятия решений и инвестиций.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Антипенко, Н.А. Цифровизация как основа цифровой экономики / Н.А. Антипенко, А.Ю. Смулько // Социально-экономическое и экологическое развитие региона: возможности и вызовы: сборник трудов Международной научно-практической конференции, проводимой в рамках празднования 50-летия Смоленского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова (Смоленск, 28*

октября 2020 г.). – Смоленск: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании (Киров), 2020. – С. 168-171.

2. Антипенко, Н.А. Концепция финансового планирования компании в условиях цифровой экономики Республики Беларусь / Н.А. Антипенко, Т.И. Шеронкина // Бухгалтерский учет и анализ. – 2021. – № 4. – С. 38-42.

3. Бусыгин, Д.Ю. Применение базовых цифровых технологий в управленческом учете / Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – № 2. – С. 48-52.

4. Антипенко, Н.А. Информационные технологии в реинжиниринге бизнес-процессов / Н.А. Антипенко, В.А. Балакис // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 16-го Международного научного семинара, проводимого в рамках 18-ой международной научно-технической конференции (Минск, 26 марта 2020 г.). – Минск: Издательское общество с ограниченной ответственностью «Право и экономика», 2020. – С. 101-102.

5. Бусыгин, Д.Ю. Совершенствование финансового и бухгалтерского учета платных информационных услуг / В.Г. Горовой, Д.Ю. Бусыгин // Развитие цифровой экономики в Союзном государстве Беларуси и России: достижения, проблемы, перспективы: сб. ст. междунар. заочн. науч.-практ. конф. (Минск, 10 декабря 2020 г. / Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова; редкол. : А.Б. Елисеев [и др]. – Минск: БГАТУ, 2021. – С. 97-98.

Бусыгин, Д.Ю. Прогнозирование влияния интеллектуального капитала на создание добавленной стоимости университета с помощью нейронной сети / Д.Ю. Бусыгин, В.Н. Курбацкий // Бухгалтерский учет и анализ. – 2018. - № 12. – С. 37-42.

УДК 65.657

Проблемы организации внутреннего контроля в условиях рыночных отношений

С.Н. Коршикова, *к.э.н, доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В условиях рыночной экономики каждая организация стремится повысить эффективность и результативность своей деятельности, достичь поставленных целей, как текущих, так и перспективных. Одним из инструментов реализации данной цели является организация и эффективное функционирование системы внутреннего контроля (СВК). Однако на сегодняшний день не все субъекты экономики осознают необходимость создания СВК. Нормативные документы дают лишь общее представление об организации внутреннего контроля, о правилах его построения, в то время как вариант организации системы внутреннего контроля во многом зависит от организационно-правовой формы предприятия, от специфики, масштаба и вида деятельности предприятия, а также от степени необходимости контроля тех или иных процессов.

Ключевые слова: Внутренний контроль, система внутреннего контроля, бухгалтерский учет, организация.

Abstract. In a market economy, each organization seeks to increase the efficiency and effectiveness of its activities, to achieve its goals, both current and

future. One of the tools for achieving this goal is the organization and effective functioning of the internal control system (ICS). However, to date, not all economic entities are aware of the need to create a ICS. Regulatory documents give only a general idea of the organization of internal control, the rules for its construction, while the option of organizing an internal control system largely depends on the organizational and legal form of the enterprise, on the specifics, scale and type of activity of the enterprise, as well as on the degree of need for control certain processes.

Keywords: Internal control, internal control system, accounting, organization.

В современных условиях организация внутреннего контроля в компании позволяет обеспечить органы управления более конкретными и надежными экономическими данными, содержащими информацию о текущем положении фирмы, а также ее финансово-хозяйственной деятельности. Именно организация внутреннего контроля помогает в создании по-настоящему эффективной системы учета, а также предупреждает возможные нарушения. Внутренний контроль способствует объективности, а также достоверности предоставляемых структурными подразделениями компании отчетов. Внутренний контроль помогает оптимизировать и налогообложение в том числе.

Чтобы принять и наиболее успешно реализовать эффективные решения управленческого аппарата, организации важен устойчивый, непрерывный и результативный внутренний контроль. При этом если смотреть со стороны стратегического развития организации, то внутренний контроль должен сопровождать все этапы процесса управления.

Внутренний контроль представляет собой совокупность действий и процедур, организуемых руководством компании с целью обеспечения достоверности показателей бухгалтерского учета (управленческого, операционного, бухгалтерского), недопущения искажений и нарушений, а также принятия наиболее оптимальных управленческих решений [4, с.72].

Для осуществления внутреннего контроля принято руководствоваться следующими нормативными документами:

- федеральными законами (Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и другие) [1, 2];
- документами других органов власти и регулирования (Письмо Министерства финансов России от 25 декабря 2013 года N 07-04-15/57289 «Об организации и осуществлении экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» и другие).

В настоящее время внутренний контроль отождествляют с внутренним аудитом. Дело в том, что проверки проводятся на отчетную дату. Это может быть годовая отчетность или квартальный отчет. А меры внутреннего контроля реализуются в компании на протяжении всего времени ее функционирования.

Поскольку эти понятия близки, можно рассмотреть их проблемный момент в области организации проведения в целом.

Организация системы внутреннего контроля или, как ее сокращенно называют СВК, прежде всего необходима для обеспечения компании финансово-достоверными данными. СВК также нужна для уменьшения риска использования ошибочных решений. Однако, чтобы эта система заработала, необходимо выявить существенные риски, разработать процедуры и корректирующие меры, способные исправить ситуацию.

Основными задачами внедрения системы внутреннего контроля в хозяйственной организации является проверка и наблюдения за деятельностью объекта внутреннего контроля в отношении соблюдения нормативных документов, стандартов, правил, приказов и управленческих решений.

Если СВК обнаруживает отклонения от конкретных требований в организации, то эта система оказывает содействие в незамедлительном создании внутренних документов фирмы. В соответствии с ней разработанные документы должны быть также утверждены органами управления организации или же собственниками. СВК способствует и проведению определенных мероприятий, направленных на их эффективное функционирование.

Следует отметить, что ФЗ-402 «О бухгалтерском учете» определяет важность и обязанность внедрения внутреннего контроля в организации деятельности фирмы. В соответствии со ст. 19 ФЗ-402 «Экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни». Данное положение приводит к выводу о том, что СВК является обязательным и существенным элементом в системе управления организацией [2].

Однако, принимая во внимание необходимость ведения внутреннего контроля в организации, следует отметить, что ФЗ-402 «О бухгалтерском учете» явно не отмечает, что именно принято понимать под внутренним контролем. Также необходимо добавить, что рекомендации по организации внутреннего контроля разработаны и учтены недостаточно. Таким образом, довольно часто организация службы внутреннего контроля в фирмах является некой формальностью в настоящий момент.

Так собственники компании не понимают всей важности введения данной системы. Совет директоров в свою очередь также недооценивает эту службу: они не принимают должного участия во внедрении и организации системы внутреннего контроля. Их фактическим действием становится лишь формальное принятие положений в организации о внедрении СВК.

Поэтому в век, когда необходимость в достоверности информации выходит на первый план, вопрос введения системы внутреннего контроля становится особенно важным и актуальным.

Независимо от организационно-правовой формы компания должна создавать и использовать систему внутреннего контроля, а также посредством

ревизионных комиссий соответственно учреждать службу внутреннего контроля.

Если использовать систему внутреннего контроля, то организация сможет:

- улучшить эффективность управленческой системы фирмы;
- найти и ликвидировать недостатки в управленческой системе компании;
- создать и применять матрицу ответственности, а также и рисков.

Матрица рисков является картой рисков организации. Она включает в себя следующие элементы: виды рисков и их источники, их характеристика, оценивание рисков, а также существующие и используемые способы для их проверки. Система внутреннего контроля, как и сам постоянный внутренний контроль, должны охватывать все структурные подразделения компании, а не влиять лишь на какое-то одно направление. Как правило, именно на руководителе организации лежит ответственность за создание и внедрение внутреннего контроля. Исходя из матрицы рисков, главное направление всех действий, которые осуществляются для выполнения целей компании, это снижение и предупреждение рисков организации. Такие действия носят название контрольных процедур [5, с.43].

Формы существования внутреннего контроля в организации могут быть следующими:

- ревизионная комиссия или же ревизор. Их избирают на общем собрании акционеров, чтобы утвердить годовой отчетности компании, каждый год;
- подотчетный руководителю компании отдел, осуществляющий внутренний контроль в организации
- структурно-функциональная форма;
- группа контроля;
- заключение договора на ведение внутреннего аудита посредством аудиторской фирмы.

Существуют проблемы, которые присутствуют во внутреннем контроле коммерческой организации:

- недостаточность существующих методических разработок;
- недостаточный уровень опыта специалистов, которые проводят контроль;
- отсутствие наличия унифицированных форм документов, необходимых для реализации деятельности;
- отсутствие разработок по внедрению автоматизации внутреннего контроля за осуществляемой деятельностью компании.

В настоящее время, в ряде организаций существуют проблемы связанные с внедрением системы внутреннего контроля, главной проблемой в которых является непонимание сущности, целей и задач СВК собственниками организаций. В результате чего, управленческий персонал не уделяет необходимое внимание созданию и укреплению эффективной системы внутреннего контроля [4, с.74].

В большинстве случаев, преобладают следующие нарушения:

- ошибочная оценка ряда операций по производству и реализации товаров или услуг, с точки зрения целесообразности и экономичности;
- невыполнение или выполнение не должным образом своих служебных обязательств;
- злоупотребление своими служебными полномочиями
- отсутствие на нужном уровне надлежащего контроля и системы подотчетности, которая основана на разграничении задач и обязанностей;
- низкий уровень понимания важности контроля или его полное отсутствие в структурных уровнях организации из-за недостаточной освещенности задач или низкого уровня стимулов сотрудников
- не полная регламентация и стандартизация процедур и процессов деятельности организации, чей результат приводит к потере данных или невозможности выявления отклонений, а также невозможности проведения анализа;
- отсутствие современных методов быстрой реакции на изменения в системе оценивания рисков, в результате быстрых изменений условий рынка
- неадекватный или неэффективный контроль и мониторинг устранения недостатков, то есть возможность полного отсутствия механизма обеспечения предупреждения и изменения недостатков силами управляющего персонала;
- пренебрежение важностью организации внутреннего контроля;
- скептическое отношение к развитию СВК со стороны управляющего персонала.

Главной причиной данного явления служит отсутствие основного нормативного документа, который содержит в себе понятия, связанные с организацией СВК. Такой документ мог бы разграничивать задачи, функции и ответственность органов управления и регулировал бы взаимоотношения между субъектами и объектами контроля [6, с.40].

Система внутреннего контроля отличается тем, что получает исходную информацию о состоянии компании, опираясь на результаты ее выполнения, контролирует и поддерживает эффективную работу организации. А также имеет возможность для организации стать преимуществом перед конкурентами при соблюдении принципов, так как ее использование позволяет быстро адаптировать этапы осуществления деятельности в ответ на постоянно меняющиеся условия внешней среды.

Также важно не забывать о регулярной оценке внутреннего контроля, проводимого в организации. Она заключается в определении правильности выполнения мероприятий внутреннего контроля на основании сформированных тестовых заданий. Направленность системы внутреннего контроля в принципе должна быть направлена не столько на выявление и устранение разного рода потерь, сколько на их предотвращение с учетом специфики деятельности организации.

Для повышения эффективности внутреннего контроля на предприятии можно выделить ряд направлений:

- определение процедуры согласования обусловленной документации с юридическими службами и другими подразделениями, так и с некоторыми лицами руководствующего состава внутри учреждения;

- переориентацию ряда обязанностей по осуществлению текущего контроля документации на некоторых работников финансовых служб;

- инициирование отдельного отдела в учреждении в лице отдела финансового контроля или комиссии по осуществления данного вида контроля [5. с.43].

Несмотря на это, создание отдельной внутренней службы организации контроля за деятельностью хозяйствующего субъекта, является важным моментом в организации внутреннего процесса производства. Внутренний контроль, построенный на базе данной модели, считается сложной формой организационного контроля в организации, так как зачастую требует значительных ресурсных затрат. Исходя из этого, данная система внутреннего контроля используется только в крупных компаниях и небольшой части средних предприятий, которые могут позволить себе иметь несколько предприятий и дочерних компаний. Поэтому, для обеспечения более дешевой проверки, необходимо исключить зависимость контролеров от руководства и администрации, обеспечить им необходимую самостоятельность и беспристрастную систему формирования выводов при проведении контрольных проверок [6, с.42].

В конце концов, необходимо отметить, что внутренний контроль – это инструмент, посредством которого руководство понимает, что деятельность организации законна и справедлива, а ресурсы компании, находящиеся в их распоряжении, эффективно используются и защищены от потерь, в то время как информация о результатах деятельности полна и правдива. Для обеспечения наиболее эффективной организации внутреннего контроля необходимо принять меры по автоматизации процесса контроля, а также созданию отдельной должности внутреннего аудитора, который в свою очередь будет осуществлять контроль отдельных подразделений, выявлять резервы повышения эффективности использования ресурсов, а также находить перспективные направления, в которых может развиваться организация и усиливать контроля за целесообразным распределение прибыли организации.

Выделяют следующие факторы, по которым прогресс внутреннего контроля как механизма в коммерческой компании может быть затруднен:

- отсутствие разработанных положений по проведению внутреннего контроля;

- система информирования является неэффективной;

- работа, осуществляемая организационной структурой компании, не признается эффективной;

- недочеты и ошибки, которые допускаются коммерческими компаниями при формировании документации внутреннего контроля, а также в отношении его проведения;

- поверхностное исследование системы внутреннего контроля с учетом особенностей отрасли коммерческой компании со стороны научного сообщества и методических рекомендаций.

Поэтому, в настоящих реалиях, собственники и руководители субъектов заинтересованы в том, чтобы внутренний контроль был более эффективен и надежен. Внутренний контроль и его наличие, позволяет организации увеличить сохранность активов и предупредить искажение бухгалтерской отчетности.

В современной экономике необходимо не только иметь развитую систему контроля, но и постоянно ее реформировать, путем расширения границ управления, добавления новых объектов управления и изучением, и последующим использованием новых методов и приемов управления.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности".*
2. *Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете".*
3. *Письмо Министерства финансов России от 25 декабря 2013 года N 07-04-15/57289«Об организации и осуществлении экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности»*
4. *Ахмадеева Ю.Р. Проблемы внедрения системы внутреннего контроля в коммерческих организациях//Вестник современных исследований. 2018. №18. С. 72-74.*
5. *Шестакова А. С.Проблема организации и пути совершенствования системы внутреннего контроля // Colloquium-Journal. 2019. № 45. С. 42-44.*
6. *Юнусова Д.А. Проблемы и пути повышения эффективности внутреннего контроля в организациях // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 2. С.39-44.*

УДК 338.22

Актуальные риски внутреннего контроля во взаимосвязи с обеспечением экономической безопасности

М.С. Коськe*, к.э.н., доцент*
И.В. Воюцкая*, к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Макроэкономические колебания и неопределенность внешней среды оказывают серьезное влияние на результативность деятельности любого экономического субъекта и актуализируют проблемы обеспечения экономической безопасности. Важным средством предотвращения и минимизации операционных рисков в таких условиях служит внутренний контроль. Функционирование внутреннего контроля в условиях

неопределенности само по себе подвержено рискам, что должно восприниматься и как возможность совершенствования внутреннего контроля.
Ключевые слова: внутренний контроль, операционные риски, неопределенность внешней среды, экономическая безопасность.

Annotation. Macroeconomic fluctuations and uncertainty of the external environment have a serious impact on the performance of any economic entity and actualize the problems of ensuring economic security. An important means of preventing and minimizing operational risks in such conditions is internal control. The functioning of internal control in conditions of uncertainty is itself subject to risks, which should also be perceived as an opportunity to improve internal control.
Keywords: internal control, operational risks, uncertainty of the external environment, economic security.

Затронувшая в 2019 году весь мир пандемия коронавирусной инфекции COVID – 19 являющаяся непредсказуемым аномальным событием, безусловно, оказала и продолжает свое воздействие на состояние экономических субъектов. Это предполагает выработку новых управленческих стратегий в контексте обеспечения экономической безопасности, поскольку порождает многочисленные риски, которые могут существенно влиять на хозяйственно-финансовую деятельность организаций и представление результатов о ней в бухгалтерской отчетности. Это мнение подтверждают публикации современных зарубежных исследователей, в которых они говорят, о том, что распространение вируса и связанных с ним ограничительных мер, безусловно, влияет на стоимость активов компаний и их финансовую отчетность, начиная уже с первого квартала 2020 года [2]. Более раннее исследование, проведенное еще в мае 2020 года одной из влиятельных компаний Grant Thornton, оказывающей независимые аудиторские, налоговые и консультационные услуги по всему миру, также подтвердило влияние пандемии на бухгалтерский учет, финансовую отчетность и внутренний контроль. В частности, в нем было подчеркнуто, что субъектам, затронутым COVID-19 необходимо учесть влияние пандемии коронавирусной инфекции на внутренний контроль над финансовой отчетностью. Обобщая результаты исследования, его авторы выделили следующие проблемные аспекты, которые могут воздействовать на осуществление внутреннего контроля:

- отсутствие персонала, осуществляющего контроль из-за болезни, закрытия офисов или ограничение условий работы, которые мешают ему осуществлять контроль в соответствии с планом;
- недостаточность информации, необходимой для завершения определенных видов контрольных процедур из-за географических ограничений;
- изменения в существующих средствах контроля, которые могут создать проблемы разделения обязанностей между субъектами контроля;

- появление новых средств контроля, действие которых может оказаться не эффективным, но при этом потребуется достаточно длительный период времени, чтобы позволить руководству сделать вывод об этом;

- выявление недостатков внутреннего контроля из-за применения новых или модифицированных средств контроля, которые не были достаточно разработаны или не имеют доказанной эффективности функционирования.

Кроме того, COVID-19 может сказаться на способности руководства завершить процесс закрытия финансовой отчетности и любой связанный с ним внутренний контроль для своевременной подготовки финансовой отчетности [3].

В дополнение названных проблемных аспектов, влияющих не только на внутренний контроль, но и на его значение для обеспечения экономической безопасности, нами предпринята попытка определения рисков функционирования внутреннего контроля в условиях пандемии COVID – 19 для российского бизнеса. В соответствии с Информацией Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» (Далее - ПЗ 11/2013) которая содержит рекомендации по организации и осуществлению экономическим субъектом внутреннего контроля, предусмотренного статьей 19 Федерального закона № 307-ФЗ «О бухгалтерском учете»: «Внутренний контроль - процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает:

а) эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов;

б) достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности;

в) соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета» [1].

На основании изучения результатов исследования «Общество и пандемия. Опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России» [4] проведенного учеными и специалистами ведущих российских университетов и научных центров, нами определены группы рисков, влияющих на все три направления внутреннего контроля экономического субъекта в условиях пандемии COVID – 19.

Безусловно, наличие рисков функционирования внутреннего контроля может привести к увеличению потерь и вызвать дополнительные трудности в развитии экономического субъекта, так как наличие таких рисков определяет необходимость прилагать больше усилий для повышения эффективности деятельности компании.

Рисунок 1 - Группы рисков, влияющих на достаточную уверенность в том, что экономический субъект обеспечивает внутренний контроль в условиях пандемии COVID-19

Влияние неопределенности в условиях пандемии COVID-19 так же создает трудности в оценке рисков деятельности экономического субъекта, его последствий и масштаба, что тормозит внутренний контроль, и как следствие увеличивает операционные риски в целом.

Риски функционирования системы внутреннего контроля оказывают негативное влияние на результативность деятельности организации и создают экономические угрозы. Это влияние варьируется от сокращения финансовых показателей деятельности организации до снижения уровня доверия инвесторов к финансовой отчетности, которые рассматривают внутренний контроль как основу обеспечения достоверности ее данных.

Однако, полагаем, что сложности, вызванные неопределенностью в условиях пандемии COVID-19, открывают новые возможности для индивидуального подхода на уровне организаций к поиску результативных мер повышений экономической безопасности, что подтверждает тезис о росте эффективности внутреннего контроля компании. Это определено тем, что в таких условиях руководство организации максимально нацелено на поиск действенных инструментов, способствующих снижению риска возникновения неблагоприятных событий и принятии мер, предупреждающих негативные последствия таких событий. Совершенствование и развитие внутреннего контроля, который выступая действенным инструментом, в том числе и экономической безопасности, способен снизить риски деятельности организации, должен рассматриваться в качестве приоритетной задачи [5].

Усиление внутреннего контроля выступает рычагом экономической безопасности в вопросах предотвращения негативного воздействия неопределенности внешней среды на устойчивое развитие субъекта. По мере того, как организации стремятся справиться с неопределенностью и стабильно развиваться улучшаются и качественные характеристики внутреннего контроля.

При построении эффективного внутреннего контроля и инвестирования в его развитие риски деятельности организации и риски функционирования внутреннего контроля, обусловленные неопределенность внешней среды, могут рассматриваться как дополнительный стимул развития организаций в формате приоритетного обеспечения экономической безопасности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» // www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=156407&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.9435609064683816#018237579337938437

2. Hayder Ali Al-Masoodi,Salah Mahdi Al-Kawaz & Ali Abdulhassan Abbas (2020).Accounting Readings During the Time of Covid-19. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 7(5): p. 158-166.

3. *New Developments SummaryCOVID-19.Accounting and financial reporting considerations. https://www.grantthornton.com/-/media/content-page-files/audit/pdfs/New-Developments-Summaries-2020/NDS-2020-04-COVID-19-pandemic-Accounting-and-financial-reporting-considerations-1.ashx*

4. *Исследование: «Общество и пандемия. Опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России» https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/issledovanie-rankhigs-obshchestvo-i-pandemiya-opyt-i-uroki-borby-s-covid-19-v-rossii/*

5. *Развитие внутреннего контроля в системе управления сельскохозяйственным производством / Г. С. Клычова, А. Р. Закирова, А. Р. Валиев, Б. Г. Зиганшин. – Россия, Казань : Казанский государственный аграрный университет, 2022. – 213 с. – ISBN 978-5-369-01877-4. – DOI 10.29039/01877-4.*

Секци я 6

Актуальные тенденции управления современным предприятием

УДК 336.645.1

Факторы формирования инвестиционной стратегии предприятия

Бушуева М.А., *к.э.н., доцент*
Захарова Е.В., *студент магистратуры*
Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия

Аннотация. В данной статье рассматриваются наиболее актуальные вопросы, связанные с инвестиционной стратегией компании, так как разработка инвестиционной стратегии компании как основного плана действий важна для повышения инвестиционной привлекательности компании и эффективного привлечения объема средств, необходимых для работы.

Ключевые слова: управление, предприятие, инновации, факторы, инвестиции и разработка инвестиционной стратегии.

Abstract. This article discusses the most pressing issues related to the investment strategy of the company, since the development of the company's investment strategy as the main action plan is important to increase the investment attractiveness of the company and effectively attract the amount of funds necessary for work.

Keywords: management, enterprise, innovations, factors, investments and investment strategy development.

В настоящее время разработка инвестиционной стратегииотечественными предприятиямисущественно затрудняется по ряду причин, в частности, в связи с отсутствием необходимых свободных инвестиционных ресурсов в сложных условиях регулярно возникающих экономических кризисов различного происхождения.

Однако вместе с развитием инвестиционного рынка значительно возрастают возможности предприятий по повышению эффективности деятельности предприятия за счет увеличения объемов инвестиционной деятельности, использования новых видов финансовых инструментов и нематериальных активов. В то же время инвестирование в деятельность компании сопряжено с определенными рисками, в том числе с потерей инвестиций, невозможностью получения результата деятельности, на который производился первоначальный расчет.Поэтому важно выстроить

соответствующую инвестиционную стратегию бизнеса, для минимизации возможных финансовых потерь и получения ожидаемой прибыли.

В современных экономических условиях предприятия работают в условиях жесткой конкуренции.Чтобы занять лидирующее положение на рынке, быть конкурентоспособным и финансово успешным, предприятие должнорациональноформировать и жестко контролировать свою стратегию развития, использовать разнообразный кругфинансовых инструментов.При широком спектре объектов инвестирования инвесторы отдают предпочтение компаниям со значительным потенциалом и тщательно разработанной инвестиционной стратегией, позволяющей выстроить программу развития деятельности хозяйствующего субъекта и его взаимодействия с инвесторами.

По мнению д.э.н., профессора Л.В. Брянцева, «инвестиционная стратегия компании – это поэтапный процесс реализации инвестиционной политики, который отвечает за осуществление преобразований, направленных на формирование основы «долгосрочного развития». [2, с. 139].

Согласно трактовке доктора экономических наук, профессора Т.В. Погодиной, «инвестиционная стратегия - это формирование системы долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия и выбор наиболее эффективных из них для их достижения». [3, с. 311].

Можно сказать, что инвестиционная стратегия предприятияпредставляет собой сложную и многогранную связку различных видов экономической деятельности, которые, в свою очередь, направлены на развитие деятельности компании с целью извлечения выгоды от результатов инвестирования средств в тот или иной проект, который показался привлекательным для вложения денег, средств инвестора.

Инвестиционное предпринимательство и деятельность инвесторов способствуют развитию каждого предприятия. Реализация инвестиционного проекта позволяет ускорить развитие компании и увеличить ее капитализацию.Следует понимать, что инвестиционный проект должен быть хорошо продуман и экономически обоснован, так как инвестиционная деятельность компании зависит от многих факторов.

Финансирование и реализация слабого инвестиционного проекта приводит к стагнации хозяйственной деятельности предприятия.Потребность в качественной подготовке инвестиционного проекта, как и возможныесложности при его реализации обусловливают необходимость формирования инвестиционной стратегии на предприятии.

Разработка инвестиционной стратегии предприятия включает в себя следующие мероприятия:

- постановка целей инвестиционной деятельности;
- определение приоритетных направлений и форм экономической деятельности;
- оптимизация структуры инвестиционных ресурсов предприятия для их распределения;

- осуществление поддержки внешних инвестиционных отношений с окружающей средой.

Инвестиционная стратегия компании важна для хозяйствующего субъекта и должна разрабатываться с учетом миссии предприятия; она является частью стратегии, согласующейся с другими его функциональными стратегиями.Инвестиционная стратегия должна способствовать быстрому реагированию менеджмента на изменение факторов внешней среды, устранению их негативного воздействия за счет использования новых инвестиционных возможностей, быстрого маневрирования ресурсами.

Среди источников финансирования инвестиций можно выделить следующие позиции:

- бюджетное финансирование;
- собственные средствапредприятия;
- частные инвестиции;
- банковские кредиты;
- иностранные инвестиции [1, с. 218].

При разработке инвестиционной стратегии компании основной задачей является поиск инвестиционных средств для их наиболее эффективного использования.В сложных экономических условиях, когда экономика страны находится в тяжелом состоянии, банковский сектор претерпевает значительные изменения, а политические факторы все больше затрудняют привлечение иностранных инвестиций, инвестиционная стратегия компании должна учитывать множество факторов и быть готовой к своевременнымизменениям для того, чтобы иметь возможность работать успешно[5].

Внешние факторы, оказывающие влияние на формирование инвестиционной стратегии предприятия, можно сгруппировать следующим образом:

1) Политико-правовые факторы:

- уровень законодательного регулирования правового рыночного поля;
- экспортно-импортная политика государства, включающая экспортно-импортные ограничения или преимущества;

2) Экономические факторы:

- стоимость финансовых ресурсов на рынке внешнего финансирования;
- наличие инфраструктуры для обеспечения увеличения объема реализации;
- соотношение темпов роста цен ресурсы, используемые предприятием, и реализуемые им продукцию, работы, услуги;
- общее состояние рынка (сегмента рынка) реализуемых предприятием продукции, работ, услуг;
- лизинговые условия;
- условия финансирования инвестиций на рынке капитала;
- государственные льготы инвесторам;

• условия страхования и получения соответствующих гарантий инвестиций от некоммерческих рисков.

3) Социальные факторы:

• демографическая ситуация в части наличия трудовых ресурсов;

• наличие платежеспособного спроса.

4) Технико-технологические факторы:

• уровень развития технологий (производительность оборудования);

• уровень развития стандартов производства (производительность труда);

5) Экологические факторы:

• возможность обеспечения устойчивости экологических систем при расширении и росте предприятия;

• наличие либо отсутствие обязательных экологических программ развития при выборе стратегии роста.

Среди факторов внутренней среды предприятия, влияющих на формирование и реализацию инвестиционной стратегии, наиболее важными являются следующие:

1) Производственно-хозяйственные факторы:

• эффективность инвестиций в сравнении с конкурентами;

• возможность диверсификации в смежные области;

• значимость инвестиционных проектов для клиентов предприятия;

• степень загрузки мощностей;

• технический уровень производства, наличие незавершенного строительства и не установленного оборудования;

• способность временно резко увеличить выпуск при заданном объеме ресурсов;

• наличие запасов готовой продукции для реализации со склада;

• степень износа оборудования;

• отсутствие брака;

• уровень инновационности технологий, организации производства и управления им[6].

2) Коммерческие факторы:

• степень взаимодействия с партнерами, покупателями, заказчиками;

• запас финансовой прочности;

• способность гибко адаптировать сбыт к изменениям запросов рынка;

3) Финансовые факторы:

• финансово-экономическое состояние предприятия;

• уровень рентабельности финансово-хозяйственной деятельности;

• способность предприятия к самофинансированию капиталовложений;

• способность предприятия обеспечивать реализацию заявленной дивидендной политики за счет собственных средств;

- способность предприятия в случае острой необходимости оперативно погасить процентные обязательства;
- соотношение долга и рыночной стоимости собственного капитала;
- качество управления рабочим капиталом и ликвидностью предприятия.

Таким образом, инвестиционная стратегия предприятия должна, прежде всего, быть ориентирована на развитие стратегического потенциала предприятия и направлена на вложение ресурсов предприятия в следующие виды деятельности:

- разработка конкурентоспособных видов продукции;
- замена или усовершенствование основных производственных фондов;
- исследования и инновации;
- увеличение объемов производства;
- внедрение новых технологий и современных методов организации и управления.

Такие инвестиции помогут оживить производство, повысить прибыльность компании и укрепить ее конкурентные преимущества.

Таким образом, инвестиционная стратегия предприятия является одной из важнейших в общей совокупности стратегий компании.Эффективное использование инвестиционных средств повышает эффективность деятельности компании, что способствует росту конкурентоспособности, увеличивает стоимость ее активов и повышает финансовые результаты в долгосрочной перспективе.Эффективная реализация стратегии компании связана с выбором объектов инвестирования и оптимизацией рисков и повышением доходности.При этом каждая компания разрабатывает инвестиционную стратегию, исходя из собственных инвестиционных возможностей и потребностей, с учетом окупаемости инвестиций с точки зрения рентабельности и повышения экономических показателей, а также с учетом необходимости гибкой адаптации к широкому спектру внутренних и внешних факторов.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брянцева Л. В. Управление инвестиционной и инновационной деятельностью предприятия / Л. В. Брянцева. — Воронеж, 2018. - 139 с.

2. Погодина Т. В. Инвестиционный менеджмент / Т. В. Погодина - М., 2017. - 311 с.

3. Борисова О. В. Инвестиции/О. В. Борисова. М.: Юрайт, 2018. - 218 с.

4. Филатов, В. Д. Инвестиционная стратегия предприятия / В. Д. Филатов. Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2021. - № 39 (381). - С. 175-177. — URL: https://moluch.ru/archive/381/84171/ (дата обращения: 26.12.2021).

5. Масюк Н.Н., Бушуева М.А., Васюкова Л.К., Корякина П.Н. Использование моделей стратегического выбора при разработке инвестиционно-финансовых стратегий компании // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 250-253.

6. Управление инновационной деятельностью экономических систем: теория и практика / Полянин А.В., Кулакова Л.И., Авдеева И.Л., Парахина Л.В., Адаменко А.А.,

УДК 339.138

Инновационные технологии совершенствования ORM-маркетинга в интернет-пространстве

О.В. Гуськова, *к.э.н., доцент*
Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, ЛНР

Аннотация. В статье охарактеризованы роль репутационного маркетинга в формировании и обеспечении благоприятного имиджа компании. Представлены составляющие элементы маркетинга, которые характеризуют репутационный маркетинг и оказывают непосредственное влияние на формирование репутации компании в интернете.

Ключевые слова: инновационные технологии, репутационный маркетинг, ORM-маркетинг, интернет-пространство, благоприятный имидж, бренд, SEO-инструменты.

Abstract. The article describes the role of reputation marketing in the formation and maintenance of a favorable image of the company. The constituent elements of marketing that characterize reputation marketing and have a direct impact on the formation of the company's reputation on the Internet are presented.

Keywords: innovative technologies, reputation marketing, PR marketing, Internet space, favorable image, brand, SEO tools.

Инновационный маркетинг начинается не только с вывода инновации на рынок. Он отвечает за разработку подходящих стратегий и мер на всех этапах инновационного процесса, чтобы отфильтровать потребности клиентов и получить обратную связь.

Актуальность репутационного маркетинга на современном этапе развития общества и рыночных отношений связана с повышением его значимости для успешного ведения бизнеса.

В современных условиях существенно возрастают возможности целенаправленного формирования репутации бизнеса, онлайн-измерения его качества, поддержания и корректировки. Решение основных маркетинговых задач направлено на сочетание пространств и привлечение потребителей онлайн (корпоративный сайт, блог, веб-обозреватели, социальные сети, мобильные приложения) с тем, чтобы стимулировать их действия в

мероприятиях оффлайн, обеспечивающих продажи и прибыль. Если раньше достаточно было продвигать название бренда, то в настоящее время важна его репутация в сети Интернет, его рейтинги и обзоры [1, С. 63-70.].

Репутационный маркетинг представляет собой совокупный комплекс работ, которые помогают управлять репутацией компании в сети интернет. Аббревиатура ORM расшифровывается с английского как Online Reputation Management [2].

В работе представим составляющие элементы маркетинга, которые характеризуют ORM-маркетинг (репутационный маркетинг) и оказывают непосредственное влияние на формирование репутации компании в интернете (рис.1).

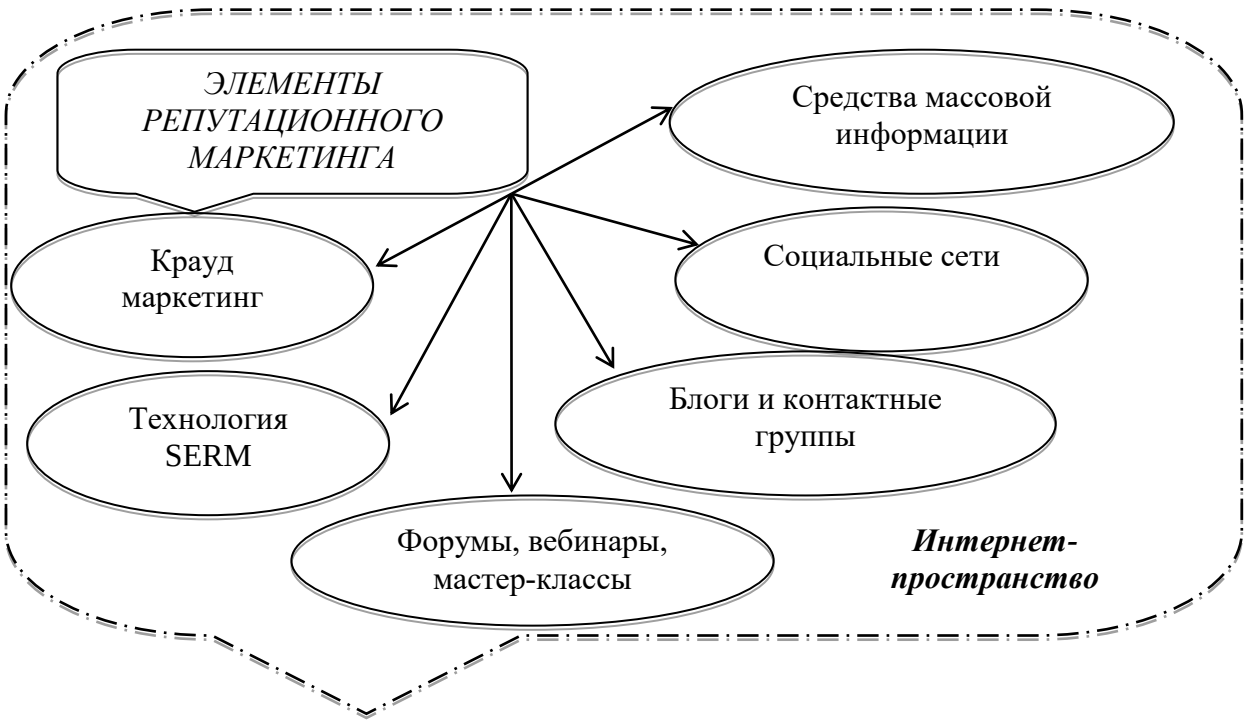

Рисунок 1 - Составляющие элементы маркетинга, которые характеризуют репутационный маркетинг

Существует несколько базовых направлений в формировании и обеспечении репутационного маркетинга бренда:

– систематический сбор и обработка, мониторинг информации, связанной с формированием репутации бренда и своевременное информирование о высоких рейтингах и формирование благоприятного имиджа компании;

– поиск негативных отзывов в сети и своевременное реагирование на них, внедрение инновационных маркетинговых технологий для формирования положительного образа;

– размещение в сети положительных отзывов и положительных комментариев, которые будут способствовать созданию положительного имиджа;

– исключение в поисковых системах любых страниц сайтов с негативными отзывами с использованием различных SEO-инструментов [3, С. 99-108.].

В эпоху развития цифровой экономики управление репутацией бренда в интернете позволяет максимально эффективно использовать разные методы для его популяризации индивидуального бренда и своевременно отслеживать и нейтрализовывать негативные отзывы в сети. В век высочайшей конкуренции и информационного мусора, который поступает к нам со всех сторон, нужно всеми возможными способами продвигать товар или услугу и следить, чтобы конкуренты или негативно настроенные пользователи не уводили потенциальных клиентов и не влияли на снижение результативности компании.

При изучении инновационных технологий совершенствования ORM-маркетинга в интернет-пространстве, следует отметить, что автоматизацию маркетинга можно определить, как программную платформу, которая оптимизирует, автоматизирует и измеряет маркетинговые мероприятия и рабочие процессы. Это значительно увеличит продажи и сделает маркетинг и продажи в целом более эффективными. Хорошее программное обеспечение для автоматизации маркетинга, такое как например, Hubspot, отвечает следующим требованиям: разработка контент-стратегий и веб-сайтов (CMS), функция блога, создание контента, создание призывов к действиям и целевых страниц, лидогенерация, автоматизированные рабочие процессы, рассылка маркетинговых новостей по электронной почте.

Согласно маркетинговых исследований, почти каждая вторая европейская компания в настоящее время работает как минимум с тремя различными технологиями сбора и анализа клиентских данных. Это часто создает островки данных, которые могут затемнить общую картину и негативно повлиять на инновационный маркетинг компании. Интегрированные системы автоматизации маркетинга, которые автоматически объединяют все данные, обеспечивают решение этой проблемы.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гончарова И.В. Репутационный маркетинг // Современная экономика: проблемы и решения. 2016. №8(80). С. 63-70.

2. Что такое репутационный маркетинг (ORM-маркетинг) [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.alkosto.ru/blog/reputaczionnyij-marketing/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.fr%2F

3. Гаврилов В.В., Гончарова И.В., Макаренко Ю.А. Критерии и показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности компании // Современная экономика: проблемы и решения. 2012. №7. С. 99-108.

УДК 338

Актуальные тенденции управления современным предприятием. Система стимулирования персонала.

Т.Н. Егорушкина*, к.э.н., доцент*
А.А. Евтеева*, студент*
Тульский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия

Аннотация: Управление предприятием важное умение и навык. Чтобы этого достичь, нужно получить соответствующие знания. Руководство бизнесом, заключается в организованной работе персонала. Именно эти вопросы рассматривает данная статья. Как сейчас изменился мир после пандемии, какие условия существуют и что делать руководителям предприятий, чтобы оставаться на рынке, востребованными и продуктивными.
Ключевые слова: персонал, предприятие, методы организации.

Abstract: Enterprise management is an important skill and skill. To achieve this, you need to get the appropriate knowledge. Business management consists in the organized work of the staff. It is these issues that this article considers. How the world has changed now after the pandemic, what conditions exist and what business leaders should do to stay on the market, in demand and productive.
Keywords: personnel, enterprise, methods of organization.

Человеческие потребности постоянно растут и расширяются в своем разнообразии. С каждым годом желания людей усложняются. Сейчас в мире идет технический прогресс и общество ему неумолимо следует, стремясь иметь у себя последние новинки современности. В связи с этим почти ежедневно открываются все новые и новые предприятия. Растущий спрос рождает предложение и дает возможность предпринимателям развиваться, делать свой бизнес еще лучше или же открывать совершенно новые ниши. Предприятий становится настолько много, что на одно блага приходится по десять и больше альтернативных товаров.

Чтобы полностью удовлетворять потребности своих потребителей, предприятие должно слажено работать. Производят товары и услуги люди, а значит, главными фигурами в компании являются рабочие, персонал. Именно координация персонала играет ключевую роль в управлении предприятием.

Коронавирус 2020 года сильно изменил жизнь многих предприятий, особенно тех, кто оказывает услуги. В связи с этим, на сферы услуг резко упал спрос. Темп прироста показал следующие результаты: Почтовые и курьерские доставки выросли на 3,3%, в связи с мерами по самоизоляции; ритуальные услуги выросли на 2,7%, по причине смертности от вируса; туризм потерпел самое крупное падение в 53,1%, закрытые границы и «запертые» дома люди,

все это заставило туристический бизнес терпеть колоссальные убытки; культурные развлечения также терпели финансовые потери, по тем же причинам и в темпе роста упали на 52,5%; сауны и бани упали в спросе на 35,1%; техническое обслуживание автомобилей упало в спросе на 9,7%; строительные материалы уменьшились на 16,8%; химчистки и прачечные упали в спросе на 31,4%.

Пандемия вызвала очередной мировой кризис, из которого многим предприятиям придется долго выбираться. И на сегодняшний день чтобы оставаться на плаву, нужно быть конкурентоспособным. Компании стараются развить себя, внедряют различные новейшие технологии, проводят мероприятия по развитию, всеми способами улучшают эффективность своей деятельности.

Как уже говорилось выше люди на предприятии – это самое важное на нем. Управление персоналом, одно из ключевых составляющих успешно развивающегося производства. Одновременно это одна из самых сложных систем. Коллектив работающий в компании непредсказуем, и требует от руководства массу сил и времени, по внедрению различных методов усовершенствования управления.

Чтобы грамотно управлять своими подчиненными, руководители набираются знаний и опыта. Посещая различные курсы по управлению, или читая тематическую литературу. Большая проблема данной области знаний в том, что все материалы основаны на опыте крупных организаций, либо объясняют только глобальные вопросы управления. Совершенно нет литературы, которая описывает какой-то маленький бизнес, где существует своя специфика и малое количество сотрудников.

Помимо этого, особо малое количество трудов изучают методы управления персоналом в разрезе отраслей, особенно скудны на статьи сферы услуг. Почти невозможно найти источники, которые будут исследовать особые факторы, такие как сокращение доходов людей, изменение цен на продукты питания, курс валют на импортозамещение. Демократический ценовой сегмент так же не берется в учет. Еще одной причиной малого количество работ об управлении предприятием является то, что большинство компаний в нашей стране достаточно «молоды», особенно в сфере обслуживания. Помимо этого, идет большой разброс предприятий по регионам, например, в Москве можно найти безумное количество самых разнообразных сфер услуг, а в каком-нибудь селе городского типа будет уже скудное количество услуг, буквально, самые необходимые.

Не смотря на такие грустные моменты, все же есть «лучик света». Развитие науки менеджмента, в последние несколько лет, получило несколько трендов. И российские компании, занимающиеся предоставлением услуг, могут взять себе «на заметку» новые знания. Новая парадигма управления предприятием, в корне меняет представление о современном предприятии, где компания рассматривается как открытая система, которая взаимодействует с

внешней средой, и реагирует на ее резкие изменения. Смысл новой парадигмы заключается в способности адаптации предприятий, в частности умение приспособить к внешним изменениям персонал.

Последние десять лет опыт зарубежных компаний превозносился выше российского. Несмотря на это, все же происходит формирование собственной концепции управления персоналом, которые помогают отслеживать эффективность используемых методов на всех этапах управления. По этой причине, научные публикации пополняются и можно найти работы на темы: обучения и развитие персонала, оценка профессионализма работников, улучшение производительности труда, как правильно выбрать квалифицированного сотрудника, а также инвестиции в человеческий капитал. Конечно, работодатели должны приложить немалые усилия чтобы превратить человеческий ресурс в капитал, а также это потребует денежных вложений.

В связи с актуальностью адаптации, компании Европы и Америки, занимаются подготовкой квалифицированных кадров, которые будут поддерживать эффективное взаимодействие компании с внешней средой. В России набор таких кадров еще достаточно редкое явление, но достаточно актуальное. На фоне изменчивости внешней среды, постоянно меняющегося законодательства, ограничений, связанных с санкциями. Очень правильным решением будет обучить менеджеров новым трендам или же создать специальный комитет на предприятии, по управлению персоналом.

В настоящее время, существует научный интерес к тактическим и стратегическим факторам рисков для предприятия. Важно уметь прогнозировать в период кризиса, анализировать какой персонал подходит конкретно для данного периода времени.

Люди, работающие в компании – это главные ее двигатели. Сейчас владельцы российских компаний начинают понимать это, что успех предприятия зависит от хорошо слаженной работы кадров. Сейчас поднимаются такие вопросы как: лидерство и его проблематика, стратегические методы развития персонала, кадровой политики, коучниге, создание корпоративной культуры.

Набрать правильный квалифицированный персонал, только половина дела. Важно качество самого человека. Компания ориентируется на свои цели и уже для них подбирает себе сотрудников с подходящими навыками и характеристиками. К ним относятся: деловые – инициативность, ответственность, собранность; профессиональные – опыт, квалификация, умения; психологические – умение вести себя в конфликтной ситуации, самокритичность, честность, стрессоустойчивость, самообучаемость; специфические – авторитет, мастерство и индивидуальные навыки. Помимо этих критериев, при подборе сотрудника учитываются также отзывы руководителей и коллег, как в настоящей организации, так и предыдущих; личные достижения; навыки, полученные в процессе трудовой деятельности;

собеседование; анализ анкет, составленных кандидатом; аттестация; тестирование психологического состояния человека.

Главная цель любой компании повышение эффективности своей деятельности. Следовательно, из этого разрабатывается система мотивирования работников. Также при этом учитывается цель и задачи предприятия.

Существует концепция Р4Р, которая является наилучшим способом мотивации сотрудников. Заключается она в способах комбинирования оплаты труда, основанная на личных и коллективных различиях выполнения трудовой деятельности. Предлагаются простые предложения оплаты труда. Предприятие для себя формулирует цели, способствующие развитию его бизнеса. Исходя из них, строятся типы поведения, которые организация поддерживает и стимулирует. За следование этим нормам поведения и согласования их с целями, компания поощряет сотрудников, дополнительными выплатами.

Взаимные выплаты за выполнение поставленных задач, система стимулирования и мотивации персонала и взаимозависимость от показателей компании, появилась еще в семидесятые года двадцатого века. Именно тогда был совершен большой прорыв в изучении социально-психологических особенностей мотивации сотрудников. Стали активно внедрять методы, непосредственно в рабочий процесс. В настоящее время, в странах Европы, США и некоторых российских крупных торговых сетях, в области здравоохранения, существует применение методики «Pay for Performance», что в переводе «плата за пополнение». Эта стратегия перевернула всю систему мотивации персонала. [1, с. 57-60]

В России, мотивированием персонала, посредством дополнительных выплат, занимаются компании IT сферы. И рост капитализации все больше подталкивает остальные компании делать тоже самое.

Система Р4Р хороша для работников, так как благодаря этому у них есть возможность получать дополнительный заработок. Но есть и обратная сторона медали. Сотрудники нацелены на выполнение только тех работ и заданий, которые принесут им прибыль. А стандартные задания избегают вовсе, ведь за них начисляется стандартная оплата труда. Для руководства компании — это большая проблема. Работники отказываются от инноваций и развития бизнеса. Чтобы человек принимал участие в развитии своей фирмы, работодателям придется пересматривать системы мотивации и ориентироваться на поощрения в области новых разработок.

Система стимулирования должна носить постоянный характер. Компания должна выбрав цель, следовать ей до конца. Смена курса каждый квартал или полгода, сбивает с толку сотрудников и снижает их доверие к руководству. Большинство предприятий, особенно «молодых», на начальном этапе не могут постоянно менять цели и постоянно меняют систему стимулов. Это сказывается не только на отношении сотрудников, но и на самой деятельности компании.

Чтобы создать систему стимулирования сотрудников, компании необходимо проделать некоторую работу. Сначала, потребуется определиться с

методикой оценки, определить набор критериев, алгоритм оценки показателей, что имеет зависимость от разных факторов. Следует учитывать отраслевую принадлежность, структуру организации, цели и многое другое.

Сфера услуг имеет свои особенности управления персоналом. Далее рассмотрим их:

- Каждый сотрудник выполняет совою работу, но по итогу все суммируется в общий коллективный труд и оценивается по показателям: рентабельность основных фондов и производства, прибыль, объем продукции;
- Анализируется эффективность использования трудовых ресурсов: удельный вес оплаты труда в себестоимости продукции, производительность труда, фондовооруженность и другое;
- Эффективность инвестиций в человеческие ресурсы, то есть экономическая оценка результатов системы управления персоналом;
- Анализ эффективности затрат на персонал;
- Происходит оценка результативности управления персоналом, квалификация работников, уровень технической оснащенности управленческого труда, оперативность менеджмента и другое.

В методологиях оценки системы управления персоналом, используются комплексные методы и интегральный, с помощью их можно оценить сразу несколько показателей и эффектов. Среди методов, часто используют эталонный и бенчмаркинг. То есть, показатели предприятия сравниваются с эталонными. Главная проблема в получении полноценной информации о компании-эталоне.

Еще один подход к исследованию является метод анализа экспертов. Набирается группа в лице консультантов, советников, экспертов и они делают свои оценки. Недостатком данного метода служит различные обстоятельства, меняющиеся во времени, постоянно появляющиеся новая информация, влияние постороннего мнения и так далее. [2, с. 82-84]

Из практики зарубежных стран, при анализе оценки эффективности используется система сбалансированных показателей, это потребители, финансы, процессы и развитие.

Также существуют метод парных сравнений, графический профиль, тестирование, эксперимент, бальный, метод рангового порядка, биографические и другие методы.

Таким образом, управление предприятием, это - прежде всего умение грамотно построить работу персонала. Именно люди движущее звено компании. Для руководителей актуальным на сегодняшний день, стали такие вопросы как: грамотное управление кадрами, системы стимулирования сотрудников, использование методов оценки работы и другие вопросы. Решение всех этих нюансов, позволит руководителям настроить слаженную работу своего предприятия.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кучуммув А.В., Печерица Е.В. Новые Современные тренды управления персоналом в сфере услуг //Технико-технологические проблемы сервиса. Санкт-Петербург, 2021. С 57-60.

2. Маликова А.А., Тренды современного менеджмента // Бизнес-образование в экономике знаний. 2021. №2. С. 82-84.

УДК 004

Актуальность использования маркетплейсов и контрактного производства предприятиями малого и среднего бизнеса

М.А. Корнеева,
О.В. Ростова, *к.э.н., доцент*
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы и актуальность продуктовых маркетплейсов в контексте контрактного производства на малых и средних предприятиях молокоперерабатывающей отрасли. Выявлены проблемы малых предприятий и пути их решения за счет контрактного производства для маркетплейсов. Обоснована необходимость информационной поддержки для реализации модели частичного контрактного производства.

Ключевые слова: продуктовый маркетплейс, контрактное производство, собственная торговая марка, ERP-система, информационно-технологическая поддержка.

Abstract. The article discusses the prospects and relevance of grocery marketplaces in the context of contract manufacturing at small and medium-sized enterprises in the dairy industry. The problems of small enterprises and ways to solve them through contract manufacturing for marketplaces are identified. The necessity of information support for the implementation of the partial contract manufacturing model is substantiated.

Key words: food marketplace, contract manufacturing, private label, ERP system, information technology support.

Одной из ключевых проблем в течение двух лет является пандемия коронавируса, которая в достаточной мере повлияла на деятельность каждого предприятия, от индивидуальных предпринимателей и микрокомпаний до крупных международных корпораций. Собранная научно-аналитическими центрами статистика говорит о том, что в течение двух лет всё больше компаний вынужденно сокращают объемы своей деятельности вплоть до полного её прекращения. По данным на 2021 год владельцы малого и среднего бизнеса считают, что пандемия не прекратится и обстановка не стабилизуется ещё в течение 1–2 лет [1].

Целью исследования являлось рассмотрение продуктовых маркетплейсов и их актуальности для малых и средних предприятий в контексте контрактного производства. Объектом исследования являлось контрактное производство на малых и средних предприятиях.

В кризисный для экономики период 2020–2022 года потребители были вынуждены изменить модели поведения и при этом на рынке нашлись такие игроки, которые оказались способны не только сохранить позиции, но и активно развиваться. В контексте данного исследования рассматриваются продуктовые маркетплейсы.

Люди, вынужденные находиться дома на самоизоляции, стали активно заказывать еду из ресторанов, продукты из магазинов и товары в интернете намного чаще. Модель поведения потребителей изменилась, и у населения появились новые привычки: онлайн-заказы нередко позволяют сэкономить денежные средства, освободить время, затрачиваемое на традиционный офлайн-шоппинг, провести более широкое сравнение ассортиментного ряда [2].

Заметно ускорившийся рост маркетплейсов затронул и фудтех-отрасль, которая не только не понесла убытки, но и показала рост оборотных средств, количества платежей и среднего чека у представителей фудтех-услуг.

Фудтех – это отрасль, появившаяся на объединении цифровых технологий и услуг общепита. На данный момент в фудтех-отрасль входят все фирмы, где информационные технологии интегрируются в отрасли, занятые производством, приготовлением и доставкой еды (продуктовые маркетплейсы, сервисы доставки еды из ресторанов, онлайн-заказ еды на вынос, онлайн-бронирование столиков и т. д.). С учётом эпидемиологической ситуации в России фудтех является одной из самых перспективных отраслей на рынке [3,4].

После взрывного роста продуктовых маркетплейсов основной задачей владельцев было удержать потребителей именно в рамках своего приложения по доставке продуктов, чтобы они не перешли к конкурентам, которые, как правило, не имеют существенных отличий.

Основными методами формирования сегмента лояльных покупателей выступали бесплатная доставка, купоны на скидку на заказы от определённой суммы, скидки на избранные категории продуктов, реферальная система бонусов и др. Помимо вышеперечисленных способов удержания клиентов продуктовые маркетплейсы используют товары под собственной торговой маркой (СТМ), являющиеся уникальными и представленные исключительно на данном маркетплейсе.

У двух самых популярных продуктовых доставок в крупных городах – «Самокат» и «Яндекс Лавка» стали появляться с середины 2020 года линейки продуктов СТМ. В данный момент у «Самоката» СТМ занимает около 20% всего ассортимента. Данный вид товаров имеет приоритетное размещение в каталоге сервиса и при поисковых запросах покупателей, 70% каждой товарной группы имеют более низкие цены, чем аналогичные товары конкурентов, при

этом около 15% ассортимента является уникальным. Данный маркетинговый ход направлен на возвращаемость клиентов за определёнными товарами, которые невозможно найти на полках супермаркетов и других торговых площадках.

СТМ реализуется с помощью контрактного производства на предприятиях. Как правило, сервисы заключают договоры с малыми и средними предприятиями, так как они более гибкие в плане производства небольших партий товаров, что особенно важно на этапе тестирования новых позиций. Кроме того, для больших игроков контрактное производство невыгодно – классический способ реализации продукции приносит больше прибыли за счет консервативного поведения потребителей.

Малые и средние предприятия заинтересованы в таком виде производства, так как маркетинговая часть переходит в руки партнёра – от продумывания концепции упаковки до продвижения в социальных сетях. Таким образом, маркетплейс выигрывает за счет удержания потребителей уникальным продуктом, а производитель получает гарантированную загрузку производственных мощностей и канал сбыта, а также прибыль, которая может пойти как на модернизацию производства, так и на формирование сильного бренда продукции [5].

Контрактное производство – это производство товаров на заказ на стороннем предприятии, с которым заключаются договорные отношения и обговаривается полное соблюдение стандартов, технологического цикла и качества готовой продукции согласно требованиям компании-заказчика.

Контрактные предприятия разделяются на две группы:

- предприятия, полностью специализирующиеся на контрактном производстве;
- предприятия, частично занятые в контрактном производстве, а частично выпускающие собственную продукцию.

Далее в статье будет рассмотрены малые и средние предприятия молокоперерабатывающей отрасли.

В настоящее время на рынке молочной продукции высокое развитие получают брендовые продажи, потребители четко различают крупные, узнаваемые бренды и мелких локальных производителей, а высокая рекламная активность приводит к тому, что больший сегмент аудитории могут привлечь и удержать игроки с большим бюджетом на рекламу [6]. Для малых и средних предприятий оказывается нелегко завоевать и удержать потребителей. Согласно последним исследованиям, потребители отказываются от экспериментов в сфере классических молочных продуктов и приобретают продукцию известной марки, которая проверена временем.

Таким образом у малых предприятий возникает ряд проблем, связанных в первую очередь со сбытом продукции и удержанием сегмента потребителей. Переход на частично контрактное производство может принести предприятию следующие преимущества:

– гарантированный объем сбыта;
– гарантированную загрузку производственных мощностей;
– доступ к НИОКР, и существенную экономию на исследовании рынка передовых технологий;
– доступ к актуальным тенденциям в отрасли.

Среди рисков контрактного производства выделяют следующие:

– риск срыва поставки из-за неправильной оценки возможностей производственных мощностей;
– риск ошибок в стратегии клиента, который приведет к потере значительной части прибыли;
– риск занижения собственной прибыли из-за давления клиента;
– риск снижения внимания на собственном продукте (если компания является частично контрактным производителем).

Молокоперерабатывающее предприятие, рассмотренное в данной статье - ООО «Милко», является малым предприятием с численностью сотрудников 90 человек, расположено во Всеволожском районе Ленинградской области. Оно занимается производством молочной продукции, такой как молоко, йогурты, сметана, кефир, творог и т.д., имеет один филиал и преимущественно работает с поставщиками и заказчиками в Ленинградской области.

Как говорилось ранее, пандемия коронавируса нанесла существенный ущерб компании: крупные торговые сети в период самоизоляции уменьшали закупки продукции «Милко», отдавая предпочтение продукции крупных производителей. Часть торговых сетей разорвала контракты на поставку, опасаясь убытков из-за нераспроданной продукции и отказываясь от локальных брендов.

Сейчас у ООО «Милко» есть ряд проблем, в основном сбытового характера:

– около 20–30% продукции не распродаётся в торговых сетях до истечения срока годности, из-за чего мы недополучаем прибыль;
– оптовые заказы на продукцию для столовых, частных детских садов, магазинов эко-продукции трудно прогнозировать, следовательно прибыль может сильно варьироваться от месяца к месяцу;
– из-за небольшого размера предприятие не имеет значительных ресурсов на исследования новейших технологий производства молочной продукции и значительно уступает в осведомленности своим конкурентам;
– трудности с развитием собственного бренда: бюджет на маркетинг невысок из-за нестабильности прибыли, из-за конкуренции становится трудно развивать личный бренд продукции, проблемы с узнаванием.

Контрактное производство для СТМ маркетплейса даст предприятию вышеописанные проблемы и даёт следующие преимущества:

– стабильность прибыли и прогнозируемость объема производства на длительное время;
– совместное развитие продуктов, доступ к научно-исследовательским разработкам в области производства молочной продукции;
– снятие ответственности за продвижение продукции СТМ – всю маркетинговую деятельность осуществляет маркетплейс;
– возможность сфокусироваться на продвижении продукции собственной марки, увеличение маркетингового бюджета из-за стабильности выручки от контрактного производства.

Итак, частично контрактное производство является целесообразной бизнес-моделью для малых и средних предприятий молочной промышленности.

Для реализации одновременно собственного и контрактного производства для продуктового маркетплейса руководству и сотрудникам предприятия необходимо контролировать все процессы предприятия: от учета сотрудников, занятых на производстве, до управления закупками, складским хранилищем и производственными мощностями. Как говорилось ранее, одним из рисков является неверная оценка мощностей и вследствие этого риск срыва поставки – именно для минимизации данного риска руководству нужно как можно более полное и своевременное представление обо всех аспектах производства [7].

Всю информацию о предприятии можно получать с помощью систем класса ERP (enterprise resource planning) – данные системы связывают воедино все основные бизнес-процессы предприятия: производство, бухгалтерия, склад, финансы, закупки, управление персоналом и т.д.

На данный момент предприятие использует только бухгалтерскую программу «1С: Бухгалтерия» для автоматизации процесса учета, и использует тестовый период работы с «Bitrix24», который рассчитан не более чем на 12 пользователей.

В рамках изменения бизнес-модели предприятия и перехода на частично контрактное производство планируется отказаться от использования CRM-системы «Bitrix24» и подключить ERP-систему «1С: ERP Управление предприятием».

Система 1С: ERP Управление предприятием» имеет ряд преимуществ:
– приемлемую для предприятия стоимость лицензии (432 000 руб.);
– версия для мобильных устройств;
– простота и скорость настройки и отладки системы;
– отечественный поставщик системы (отсутствует риск прекращения поддержки системы);
– наличие готовых схем интеграциями с системой маркетплейса;
– наличие всех необходимых модулей: управление закупками, управление поставками, управление производством, управление

ремонтом оборудования, управление взаимоотношениями с клиентами и т.д.;

- высокий уровень безопасности корпоративных данных: разграничение уровней доступа и контроль.

Проект перехода на новую систему будет состоять из следующих этапов:

1. Заключение договора на контрактные производства под СТМ маркетплейса.
2. Отказ от системы «Bitrix24», сохранение необходимых данных, резервных копий.
3. Приобретение лицензии на «1С: ERP Управление предприятием». Данные из «1С: Бухгалтерия» войдут в новую систему как модуль бухгалтерии.
4. Настройка ERP-системы, интеграция с модулем заказов маркетплейса.
5. Тестирование системы, выявление и устранение ошибок и неполадок.
6. Обучение персонала работе с системой (модуль производства, модуль управления персоналом, модуль управления закупками и сбытом).
7. Запуск системы.

В результате предприятие начнёт контрактное производство под СТМ маркетплейса, что позволит ему иметь доступ к НИОКР и последним тенденциям в области производства и сбыта молочной продукции, проецировать данные решения для собственного бренда, который будет развиваться благодаря стабильной прибыли от контрактного производства.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что продуктовые маркетплейсы находятся на стадии роста и имеют значительный потенциал развития. Перед маркетплейсами с течением времени будет все острее вставать вопрос конкуренции за целевую аудиторию и одним из методов могут быть уникальные продукты, которые можно найти только на данном маркетплейсе. Такие продукты выпускаются под собственной торговой маркой маркетплейса или сервиса доставки, и их выпуск реализуется через контрактное производство на заводах-партнёрах. Для малого и среднего бизнеса контрактное производство может быть актуальным для стабилизации прибыли, получения доступа к НИОКР и сосредоточении на продвижении собственного продукта. Важным этапом реализации контрактного производства на малых и средних предприятиях является внедрение ERP-системы, которая позволит оптимизировать процессы управления различными материальными ресурсами предприятия, правильно рассчитывать производственные мощности и управлять потоками сбыта.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Савельев И. И., Нефедова К. А. Основные тренды организации продаж и продвижения в условиях пандемии // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-trendy-or-ganizatsii-prodazh-i-prodvizheniya-v-usloviyah-pandemii (дата обращения: 17.02.2022).

2. Куликова О. М., Суворова С. Д. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. №6 (48). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/marketpleys-biznes-model-sovremennoy-torgovli (дата обращения: 18.02.2022).

3. Обухова М.Р. Экономическая эффективность фудтех-отрасли в условиях пандемии // Стратегии бизнеса. 2022. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-effektivnost-fudteh-otrasli-v-usloviyah-pandemii (дата обращения: 18.02.2022).

4. Ростова А.С. Методы управления корпоративной инновационной деятельностью. В сборнике: фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов научной и учебно-практической конференции. 2017. С. 350-357.

5. Салеева О. С. Обоснование маркетинговых подходов к развитию малого бизнеса на высококонкурентном рынке молока и молочной продукции // Пространство экономики. 2012. №3–3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-marketingovyh-podhodov-k-razvitiyu-malogo-biznesa-na-vysokokonkurentnom-rynke-moloka-i-molochnoy-produktsii (дата обращения: 18.02.2022).

6. Денисов О.Е. Рынок молока и молочных продуктов: изменения, тенденции, актуальные модели построения бренда // Вестник РГЭУ РИНХ. 2020. №2 (70). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-moloka-i-molochnyh-produktov-izmeneniya-tendentsii-aktualnye-modeli-postroeniya-brenda (дата обращения: 18.02.2022).

7. Ростова О.В. Методические подходы к созданию системы контроллинга в промышленной организации //Глобальный научный потенциал. 2017. № 2 (71). С. 56-61.

УДК 338

Основные угрозы и факторы экономической безопасности автотранспортного предприятия

***Лазарева О.С**., к.э.н., доцент*
***Советов И.Н**., к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Оренбург, Россия

Аннотация. Рассматриваются внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую безопасность автотранспортного предприятия. Выделяются основные угрозы экономической безопасности и универсальные мероприятия снижения их влияния.

Ключевые слова: автотранспортные услуги, экономическая безопасность, внешние и внутренние факторы и угрозы.

Annotation. The external and internal factors affecting the economic security of a motor transport enterprise are considered. The main threats to economic security and universal measures to reduce their impact are highlighted.

Keywords: motor transport services, economic security, external and internal factors and threats.

Структурные изменения экономике страны требуют постоянного развития систем коммуникаций и развитие транспортной системы играет не последнюю роль. На региональном уровне трансформация транспортной системы предполагает отрегулированной функционирование автомобильных дорог, доступность и высокое качество транспортных и сопутствующих услуг, сокращение удельных затрат на грузоперевозки, удовлетворение потребностей.

Внутренние ограничения транспорта, сокращающие эффективность функционирования автомобилей, выступают в качестве внутренних субъективных отраслевых угроз экономической безопасности. Для полного изучения проблемы и сохранения ее структурного единства необходимо рассмотреть отраслевые угрозы на примере ООО «ТСС56», относящейся к малым предприятиям и действующей на территории Оренбургской области (табл.1).

Регулярные и дорогостоящие заказы, а также полная загрузка техники и отсутствие ее простоев обеспечили рост выручки в допандемийный период. Укреплялась и материальная база предприятия. Величина оборотных средств увеличилась более чем в 2 раза. В целом начиная с 2018г. компания существенно наращивала стоимость имущества. При этом, рост стоимости активов компании сопровождался и изменением их структуры. Оборотные активы занимают значительную долю в имуществе ООО «ТСС56. На их долю, при колебании данного значения по годам, приходится более 70% активов.

Таблица 1

Показатели размера предприятия ООО «ТСС56»

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	Прирост за период	Темп роста, %
Среднесписочная численность работников, чел.	22	32	11	-11	50,0
Выручка, тыс. руб.	30931	342659	21802	-9129	70,5
Стоимость активов на конец года, тыс. руб.	31919	61513	28122	-3797	88,1
Стоимость основных средств на конец года, тыс. руб.	10128	12292	8545	-1583	84,4
Количество грузовых автомобилей, шт.	11	15	4	-7	36,4
Стоимость оборотных средств на конец года, тыс. руб.	21787	44116	9144	-12643	42,0

Значительный рост многих количественных показателей компании отразился на колеблемости структурных показателей. Доля основных фондов к концу 2019г. превысила 30%. Доля запасов постоянно роста за изучаемый период и достигла почти 21%. Наибольший удельный вес в структуре активов компании приходится на дебиторскую задолженность - в любой год периода она превышает 50%. Основная причина высокого размера дебиторской задолженности – особенности работы и платежей главных заказчиков -

организаций нефтегазовой сферы, по некоторым договорам срок оплаты составляет 90 дней с даны подписания акта выполненных работ.

Способность обеспечения фундаментальной цели, а именно обеспечение требуемого объема перевозок остается главным критерием оценки работы автотранспорта. На грузоперевозки влияет группа управляемых предприятием факторов, к которым можно отнести наличие необходимых транспортных мощностей, состояние и технический уровень транспортных средств. ООО «ТСС56» более половины объема транспортных услуг вынуждены отдавать на сторону. Компания периодически для перевозок в пиковые периоды дополнительно арендует автомобили по договорам оказания услуг с машинистом и без него. Нет средств для роста автомобильного парка, поступающих средств едва хватает на покрытие текущих затрат. Компания не имеет возможности накапливать денежные ресурсы для покупки техники, поэтому использует арендованные транспортные средства. Их услуги оплачиваются по рыночным ставкам, что влияет на рост затрат компании. Сокращение малого и среднего бизнеса в области сказалось и на платежеспособном спросе на транспортные услуги. Поэтому, ввиду отсутствия постоянных потребностей не небольшие перевозки ООО «ТСС56» вынуждены были тянуться за крупными заказами, на которые не хватает собственных мощностей.

В постоянной связи с уровнем технического обеспечения находится кадровый вопрос как определяющий фактор деятельности транспортного предприятия: всегда существует определенный дефицит на хороших водителей.

Таким образом, в состав основных угроз экономической безопасности в сфере грузоперевозок можно включить:

- снижение уровня безопасности процесса перевозки грузов, в связи с повышением изношенности, сокращением надежности эксплуатации техники;
- значительный уровень физического и морального износа материально-технической базы предприятия, вследствие сокращения инвестиций в отрасли и сокращением обновления капитальных ресурсов;
- снижение общего уровня планирования, организации и управления процессом грузоперевозок, из-за ухудшения компетенции персонала, малой степени использования современных информационных технологий.

В социальной сфере существующие внешние угрозы можно сгруппировать:

- возникновение диспаритета оплаты труда на транспорте и ведущих отраслях, дифференциация оплаты труда водителей и слесарей по регионам (особенно северные регионы страны), что является стимулов высокой текучести кадров, особенно важных профессий;
- сокращение размеров, частоты и мер стимулирования эффективности работников предприятия, направленных на изменение производительности труда и рост заработной платы, во многом по причине сокращения уровня рентабельности отрасли в последние годы;

- неоправданная дифференциация оплаты труда внутри отрасли по отдельным категориям работников (основные и вспомогательные);

В финансовой сфере транспортной отрасли также в последние годы усиливаются кризисные тенденции:

- убыточность пассажирских перевозок;

- диспропорции в росте затрат и тарифов на транспортные услуги, нарушение паритета уровня тарифов при трансформации уровня рисков и изменения ответственности на перевозку грузов и пассажиров;

- снижение размеров и сокращение направлений государственной поддержки, особенно в рамках поддержки инвестиционных программ развития транспорта, при увеличении размеров налогов и сборов.

Дополнительной угрозой становится усиливающаяся отраслевая конкуренция, которая начинает увеличивать свое влияние на рынке автотранспортных услуг. Частные перевозчики грузов, имея 1-2 автомобиля, стали значительно увеличивать рыночную долю в этом виде деятельности, При этом их риски (отсутствие медицинского и технического контроля) сказываются на репутации всех транспортников, чем создают немалые проблемы легальным автотранспортным предприятиям. Таким образом, субъективные риски одних сказываются на ухудшении общего рыночного фона и привлекательности автотранспортной отрасли.

Анализ условий, взаимодействие участников данного рынка показывает необходимость создания единого механизма управления экономической безопасностью при грузоперевозках автомобильным транспортом. Данный механизм должен развиваться в соответствии с общими принципами государственного регулирования экономики. Применительно к автотранспорту, данный механизм обязан контролировать и учитывать общую оценку экономической ситуации, обеспечивать мониторинг и изучение угроз деятельности, разработку основных индикаторов их количественной и качественной оценки, установление предельных размеров данных показателей, контролировать проведение службами мониторинга состояния экономической безопасности, обеспечивать фундамент и базу для выработки мер по снижению угроз.

Достижение экономической безопасности автотранспортного предприятия зависит также от ряда внутренних факторов, в числе которых главным является правильность подбора автопарка.

В современных условиях осуществления грузоперевозок весомым фактором обеспечения безопасности автотранспортного предприятия становится правильный выбор марки, модели автотранспортного средства [1,2]. Эта функциональная задача стоит перед каждым предприятием отрасли. В рыночных условиях несмотря на различие целей перевозчик и заказчик заинтересованы в полной загрузке автомобиля. Постоянная полная загрузка автомобиля сказывается на эффективном использовании мощности эксплуатируемого парка автомобилей. Для перевозчика приоритетным является

увеличение выручки от реализации транспортных услуг, что выражается в росте коэффициента готовности техники, выпуске должного подвижного состава на линию, сокращении удельной величины внутрипроизводственных затрат. Для потребителя услуг важна покупка объема услуг в данное время, определенного качества за приемлемую цену.

К внутренним факторам, влияющим на экономическую безопасность и эффективность деятельности ООО «ТСС56», можно отнести планирования и контроль транспортного процесса, ресурсы и возможности управления всеми подсистем компании, мониторинг, учет и анализ процессов и результатов деятельности. Например, предприятием не на должном уровне осуществляется планирование перевозок: комплектование грузов, составление графиков работы водителей, разработка оптимальных маршрутов движения автотранспорта, координация взаимодействия между компанией и заказчиком, особенно в рамках погрузоразгрузочных работ, проверки грузов и оформления документации. Отсутствие слаженной работы автотранспортного предприятия и его заказчиков значительно замедляет грузооборот. Ситуация усугубляется еще и тем, что из-за нерегулярности и отсутствия заказов на перевозку грузов часть автопарка может простаивать без работы, при общем систематическом дефиците транспортных средств.

Значимым в последнее время становится риск привлечения руководителей к субсидиарной ответственности при неплатежеспособности предприятия как юридического лица. Для оценки данного риска специалистами проводятся соответствующие мероприятия [3]:

- оценивается общее состояние бухгалтерского учета;
- проводится оценка и контроль финансового состояния предприятия;
- отслеживаются выполнения договорных обязательств на предмет выполнения условий и оцениваются риски по ним;
- контролируются лица, способные своими решениями воздействовать на ситуацию неплатежеспособности;
- оценивается каждая сделка, на предмет появления активов или обязательств.

В качестве универсальных мероприятий, снижающих угрозы экономической безопасности? используются: (табл. 2.).

Среди проблемных мест управления в ООО «ТСС56» следует выделить:

- слабая проработанность вопросов стратегического планирования;
- налаживание систематического проведения экономического анализа;
- совершенствование процессов каждодневного осмотра готовности автотранспортного парка и его ремонта;
- слабый мониторинг и координация работы предприятия;
- отсутствие системности контроля транспортного процесса, в рамках выявление недостатков и их устранение.

Таблица 2

Универсальные мероприятия, снижающие угрозы экономической безопасности автотранспортного предприятия

Меры	Наименование
Экономические	повышение эффективности транспортной деятельности; стимулирование роста транспортных услуг и сопутствующих услуг; работа с персоналом (оптимизация штата работников, оплаты труда); снижение совокупных затрат
Организационные	расширение перечня оказываемых услуг; совершенствование транспортных бизнес-процессов; закрытие убыточных услуг; совершенствование способов взаимодействия с контрагентами;
Финансовые	уменьшение расхода денежных средств; стимулирование оборота ресурсов; реструктуризацию кредиторской задолженности; работы по взысканию дебиторской задолженности
Инвестиционные	совершенствование политики привлечения средств со стороны; продажу части неиспользуемого имущества

При периодическом планирование ООО «ТСС56 возникают ошибки в сменно-суточных планах, недостаточно рациональны маршруты движения автотранспорта, плохо развита координация работ между ООО «ТСС56» и отправителями грузов. Недостатки в планировании работы далее негативно влияют на текущей работе автотранспортного предприятия, не итогах перевозки грузов (срывы сроков поставки, дробление грузов) и соответственно на удовлетворенности заказчиков. Далее следует цепочка проблем: в последствии, снижается количество заказов от недовольных контрагентов на перевозку грузов, действие «сарафанного радио», что отразится на снижении уровня прибыли.

Рассмотрев факторы и угрозы экономической безопасности, ООО «ТСС56», можно говорить о том, что в настоящее время существуют такие проблемы эксплуатации и мониторинга транспорта:

- слабая логистическая подготовка и планирование грузоперевозок;
- плохая техническая подготовка автопарка и низкие возможность ее обеспечения на должном уровне;
- нерациональное использование пробега на маршрутах и неудовлетворительная величина простоя автопарка.
- возникновение постоянных непредусмотренных расходы в течение ездок;
- сложности выявления фактов непродуктивных (левых) поездок;
- сложность определения местонахождения автомобиля в пути следования;

- проблематичное и затратное определение реального пробега транспорта и количество израсходованного топлива.

Таким образом, совершенствование деятельности компании сфере экономической безопасности и повышения эффективности деятельности относится к приоритетным задачам. Особенно в условиях слабой системы мониторинга состояния и использования транспортного состава, контроля существующих угроз экономической безопасности. Усиление внимания и повышение уровня использования современных высокоэффективных логистических технологий на транспорте с учетом мирового и российского опыта в области обеспечения экономической безопасности позволит значительно повысить экономическую эффективность деятельности автотранспортного предприятия.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник для СПО / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 507 с.*
2. *Маликов, О. Складская и транспортная логистика в цепях поставок: Учебное пособие / О. Маликов. - СПб.: Питер, 2018.*
3. *Советов И.Н. Предотвращение риска субсидиарной ответственности руководителя в стадии банкротства предприятия. XIV Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях». Сборн. науч. трудов. Оренбург: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», Оренбург, 2019.*

УДК 659.1

Специфические особенности подхода к рекламе в разных странах

Ю.С. Лекарева, *к.э.н., доцент*
Е.В. Лаптева*, к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация: Актуальность работы подтверждает понимание ситуации, в которой важность имеют место, где рождается реклама, менталитет нации, ее особенности и традиции. Именно эта причина является объяснением того, что конкретная реклама существует лишь в отдельно взятой стране. В статье проведен обзор особенностей формирования рекламного продукта в ведущих западных странах.

Ключевые слова: реклама, маркетинг, рекламная идея, слоган, рекламное обращение, спрос, маркетинговые коммуникации.

Abstract: The relevance of the work confirms the understanding of the situation in which the importance of have a place where advertising is born, the nation's mentality, its characteristics and traditions. It is this reason is an explanation

of what a particular advertising exists only in a single country. The article provides an overview of features of formation of product advertising in the leading Western countries.

Keywords: advertising, marketing, advertising idea, slogan, advertising appeal, demand, marketing communications.

Основная цель рекламы – формирование покупательского спроса, увеличение сбыта, стимулирование потребительского предпочтения к рекламируемого товару. Важным в рекламной кампании также является создание положительного имиджа самого предприятия, что прямым образом влияет на покупательское поведение.

Планируя рекламную кампанию, необходимо принимать во внимание множество факторов как субъективного, так и объективного характера.

Первый фактор – демографический. Маркетолог обязан знать о вкусах и предпочтениях целевых покупателей. А также должен собрать информацию о потребителях, в частности об образовании, местожительстве, полу, возрасту, семейному положению, уровню доходов и расходов, социальную принадлежность, уровень жизни и т.д. Эти параметры определяют положительное решение о совершении покупке.

Второй фактор – экономический. При планировании рекламы важно учитывать экономическое положение целевой аудитории. Причем диапазон исследования не должен быть сведен только к установлению доходов и расходов. Покупатели, имеющие разный достаток, образование и социальный статус, имеют разный подход к тратам денежных средств своего бюджета.

Третий фактор - технологический. В современных условиях технологии меняются настолько стремительно, что компании грозит отстать от общего уровня. Для компании важно правильно оценивать состояние развития науки и техники в данной отрасли и сопоставлять с технологическим развитием компании. Необходимо помнить об осведомленности и грамотности покупателя и понимать, что продавать устаревшие товары крайне тяжело. При осуществлении маркетинговой деятельности необходимо учитывать технологии, используемые компаниями.

Четвертый фактор – природный. В последнее время разные группы активистов, сосредоточили свое внимание на разнообразных аспектах охраны окружающей среды. Любой организации, особенно связанной с химическим производством, с тяжелой промышленностью и т.д., грозит стать мишенью различных групп «зеленых», пытающихся оказать на нее давление и обязать принимать меры по обеспечению защиты окружающей среды. Так как именно маркетинг нацелен на коммуникации любого аспекта, маркетологи на предприятии занимаются разработкой ответных реакции на нападки и критические замечания в этой области.

Пятый фактор – социально-культурный, каждая национальность имеет свои особенности, традиции и социально-культурные нравы. Такие акценты как

агрессия, секс, негатив могут быть негативно восприняты людьми разной национальности. Это необходимо учитывать при создании и предложении рекламного продукта людям разных народностей [5].

Рекламная деятельность – это сложный многогранный процесс, требующий обширный знаний в области дизайна, менеджмента, психологии, нравственности, технологии и т.д. При планировании рекламной кампании важен выбор средства информации, для обращения к целевой аудитории. Бесспорные преимущества телевизионной рекламы - массовый охват, экономичность и относительно невысокие издержки на продвижение продукта в расчете на одного покупателя.

Однако существует одна сложность, связанная с общими затратами. Так как этот способ именно медиа продвижения, то послание зачастую попадает к тем, на кого оно не рассчитано. И хотя затратность на удельное предложение продукта (т.е. одному покупателю) действительно невысокая, общая стоимость достаточно большая, поскольку нельзя сфокусировать послание конкретно на потенциального покупателя. Конечно, телевизионная реклама также может позволить некоторую избирательность исходя от времени суток и от эфира, но в целом не такую точную, какая требуется.

Другая проблема телевизионной рекламы – это переключение каналов, в тот момент, когда программа прерывается рекламой. Это неизбежно, поскольку телевизионный каналы, стараются передавать рекламные обращения в одно время. Следующей проблемой рекламы на телевидении является интенсивный поток рекламных обращений. Если телезритель получает много сообщений, то привыкает к ним и не воспринимает их с должным вниманием, чаще старается отгородиться от них. Поэтому конечно необходимо создавать такие рекламные послания, которые бы привлекали и задерживали внимание, что позволит считывать передаваемую информацию потребителем. Дороговизна создания рекламного ролика, ограничивает компанию в возможности расширенного сюжета при передаче информации. И тем более привлечения мидийого персонажа, для придания большей значимости и убедительности. Необходимо рассчитать затраты и отдачу, и соотнести их при принятии решения.

Для предприятия важно в работе иметь обратную связь. Однако при использовании телевизионной рекламы, достаточно сложно это определить. Поскольку невозможно знать наверняка, какой именно способ продвижения дал эффективную отдачу. Конечно итоговый результат увеличения объема продаж, позволяет, в общем принять программу маркетинга за успешную, но необходимо полагаться на рейтинговые компании и проведенные ими мониторинги, относительно успешности реализации телевизионной рекламы.

Реклама — ведущий инструмент маркетинга, основывается на том, что сфера маркетинга включает все аспекты экономического развития развитых стран, и при этом любой этап маркетинга предприятия имеет как прямую, так и косвенную связь с их рекламной деятельностью.

В Америке, затраты на маркетинг составляют 50—60 % от стоимости товара, т.е. больше половины валового продукта, — это затраты на рекламу, маркетинговые коммуникации, продвижение, стимулирование сбыта, транспортирование, упаковку, торговлю [5].

Успех рекламной кампании зависит от двух составляющих. Во-первых, целенаправленностью и периодичностью. Во-вторых, взаимосвязью с этапами планирования, разработки и производства. Маркетинговая стратегия активно влияет на производство, которое должно быть нацелено на выпуск только востребованных товаров, обеспеченных сбытом. В этом случае, выход товара на рынок ведет признанию и коммерческому успеху.

В современных условиях реклама выполняет не только информативную, увещевательную, напоминающую функции, но и коммуникативную. Она обеспечивает тесную взаимосвязь производства с рынком и потребителями. Обратная связь позволяет максимально управлять процессом движения товара, подлежащего рекламе.

Посредством рекламы можно достичь взаимопонимания между покупателями и производителями, возникает возможность перевода качества товара на язык потребностей и запросов потребителей.

Реклама, в системе маркетинговых коммуникаций и сбытовых мероприятий, занимает центральное место. Повсеместно объединяют понятия рекламы и маркетинга. Однако маркетологи выделяют особенность рекламной деятельности по сравнению с другими инструментами маркетинга. Реклама, в первую очередь оказывает воздействие, на чувства потребителя, его эмоциональную сторону восприятия, вызывая желание приобрести товар, вырабатывать психологическую лояльность к определенным товарным маркам [4].

В зависимости от того места, где создается реклама, она имеет свои специфические характеристики. Если посмотреть рекламные ролики на фестивале «Каннские Львы», то четко становится ясно, что реклама отдельной нации «совсем не одно и то же» и выражает уникальные особенности своей страны. Именно эта причина является доказательством того, что конкретная реклама имеет место лишь в отдельно взятой стране и понятна только людям отдельной национальности [1].

Реклама в США, это однозначно двигатель торговли и инструмент продвижения. Она прямая, прагматичная, навязчивая во всех планах и средствах подачи информации. Необходимо отметить, что важное значение в создании рекламы уделяется традиционным ценностям, а именно семья, любовь, патриотизм. Также важное значение уделяется здоровому образу жизни, спорту и правильному питанию. В американских рекламных роликах главные герои, практически всегда смотрят в глаза своим покупателям. В рекламе аргументы, цифры, доводы и неоспоримые факты в сторону товара, что в итоге убеждает и приводит к покупке.

В рекламе США ясно прослеживается простота и четкая логика. Эти основания всегда учитываются при создании слоганов, которые являются основой многих рекламных роликов. Основной характеристикой рекламы этой страны является преобладание логического подхода над эмоциональным.

Реклама во Франции это, прежде всего эстетика. Здесь в основном применяется визуализация образов. Реклама сама по себе красива и эстетична, можно даже сказать элегантна. Она настолько тонко продуманна, что её просмотр доставляет неописуемое удовольствие, которое для француза является неоспоримым фактором для приобретения рекламируемого товара.

Уникальной спецификой французской рекламы является таинственность и креативность. Каждый ролик содержит интригу, необычность и минимальное количество слов. Наверное, именно поэтому большинство директоров французских рекламных агентств начинали свою карьеру как художники [2].

Японская реклама пропитана патриотизмом и духом своей страны. Символическое мышление занимает первостепенное значение. Используются многочисленные пейзажи, картинки, фотографии, образы. Японский сюжет строится не на идее, а на совокупности отдельных элементов, которые в итоге наводят на целостную идею, имеющую своеобразный философский смысл. Уделяется огромное внимание тонкостям и деталям, таким как звуки ветра и воды, шелест листьев, пение птиц и т.д.

Реклама в Великобритании яркая, многогранная, с тонким юмором. Акцент в рекламе сделан на традиции, хороший вкус, этикет и воспитание. Реклама в Великобритании всегда качественная, с конкретными текстами.

Латиноамериканская реклама — это интригующий сериал, где все присутствует страсть и экспрессия. Главным здесь выступает эмоциональность и чувственность, все основано на взаимоотношениях и восприятии внутреннего мира каждого.

Немецкую рекламу отличает логическое убеждение, с использованием неоспоримых фактов и четких аргументов. Зачастую она по максимуму правдива и минимально эмоциональна. Уделяется особое внимание информации об эксплуатационных характеристиках, деталях, потребительских свойствах. Реклама в Германии — это всегда высокое качество рекламных роликов и текстов [3].

Реклама в Китае является ярким примером активного роста и укрепления своих позиций. Эта страна буквально недавно была вначале пути, а в настоящее время является экономическим лидером. В настоящее время рынок Китая, имеет колоссальное значение для мировой экономики. При этом следует отметить, что потребители этой страны достаточно лояльно настроены и дружелюбны по отношению к товарам зарубежных стран.

Реклама в Китае в последнее время достигла высокого уровня и развилась до масштабов развитых стран. С каждым годом данный сегмент рынка растёт и занимает большую долю ВВП, по сравнению с предыдущим периодом. Самым популярным видом продвижения товарной марки является наружная реклама, а

второе место по популярности занимает именно радио. Отметим, что в этой стране достаточно много красивых и ярких вывесок.

Национальные традиции, особенности менталитета и образ жизни важные факторы при создании китайской рекламы. Поскольку рынок Китая насыщен товарами зарубежного производства, то увлечь потенциальных потребителей очень сложно.

Исходя из проделанного анализа можно сделать вывод, что реклама — это тоже искусство. Она представляет собой зеркало, в котором отражается многовековая культура народов мира, их обычаи и традиции.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Абрамов С.Ю., Лекарева Ю.С. Оценка связи качества жизни населения и результатов экономической деятельности в российский регионах // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 5-2 (44). С. 3-9.*
2. *Галанина Ю.А. Межнациональные различия в восприятии рекламы // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 5-7. С. 66-68.*
3. *Елистратова К.А. Влияние национальных особенностей на рекламу в разных странах // В сборнике: Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 73-75.*
4. *Лекарева Ю.С. Проблемы кадрового «голода» в сфере рекламы // В сборнике: Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова. Оренбургский филиал РЭУ им.Г.В.Плеханова. 2017. С. 112-117*
5. *Энциклопедия маркетинга: http://www.marketing.spb.ru (дата обращения 20.01.2022)*

УДК 331.5

Производительность труда как фактор увеличения конкурентоспособности промышленных предприятий

Огородникова Е.П., *к.э.н., доцент*
Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Добродомова Л.А. *к.э.н., зав. кафедрой*
экономики АПК и экономической безопасности
ФГБОУ ВО Оренбургский ГАУ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся основных направлений развития повышения производительности труда на промышленных предприятиях. Авторы рассматривают мотивацию повышения производительности труда работников с использованием инновационной деятельности на промышленных предприятиях. Проведенное исследование показало, что важнейшим побудительным мотивом для увеличения уровня

производительности труда выступает рычагом увеличения конкурентноспособности промышленных предприятий на товарных рынках.

Ключевые слова. Производительность труда, промышленность, человеческий труд, трудовые ресурсы.

Annotation. The article discusses issues related to the main directions of the development of labor productivity improvement at industrial enterprises. The authors consider the motivation to increase the productivity of workers using innovative activities in industrial enterprises. The conducted research has shown that the most important incentive for increasing the level of labor productivity is a lever for increasing the competitiveness of industrial enterprises in the commodity markets.

Keywords. Labor productivity, industry, human labor, labor resources.

Сегодня ни для кого не секрет, что те страны, где реализуется политика и стратегия инноваций, имеют огромное преимущество на мировых рынках. Как известно, человеческий труд активно используется при внедрении инновационных технологий. С одной стороны, люди разрабатывают проекты, которые будут реализованы в будущем, а с другой стороны, люди производят эти товары и предоставляют услуги для их дальнейшей эксплуатации [1, с. 211].

Формирование и развитие трудового потенциала в стране должно основываться на “трех китах” (показателях):

− отношение численности занятых к общей численности трудоспособного населения;

− соотношение образования к тем, кто занят в соответствующих сферах деятельности;

− соотношение менеджеров и рабочих в стране [2, с. 13].

Таким образом, с точки зрения обеспечения и развития человеческих ресурсов в условиях инновационная экономика, надо сосредоточиться на двух ключевых показателей: «коэффициент эффективность использования трудового потенциала в стране» и «коэффициент полезного использования инновационного потенциала в стране», а также для повышения заинтересованности персонала в участие в инновационных процессах (внедрение показателя «инновационная деятельность» в стимулирующая часть заработной платы) [3, 143].

Переход к гибким, небюрократическим структурам выдвигает на первое место факторы, оказывающие непосредственное влияние на экономическую деятельность промышленного предприятия. В этом отношении, используя этот метод, мы можем рассчитать коэффициент инновационной активности и определить для себя, какой уровень вовлеченности персонала в инновационный процесс существует в производственной компании [4, с. 74]. Такой подход очень важен в современных условиях, потому что он показывает нам реальную степень заинтересованности персонала в инновационных технологиях. Очень

важно понять значение формулы. На самом деле мы находим долю сотрудников, которые вовлечены в инновационный процесс.

Если сотрудник работает на современном производственном оборудовании, он будет считаться инновационно активным сотрудником. Любой сотрудник, который участвует в инновациях (даже косвенно), определяет этот показатель. Основываясь на таком подходе, мы можем провести статистический анализ, выявив динамику развития этого показателя.

В настоящее время в условиях усиливающейся конкуренции многие руководители промышленных предприятий недооценивают важность методов управления персоналом, как метода эффективного управления хозяйствующими субъектами и повышения рентабельности их производства.

Становится очень важным определить ключевые факторы обеспечения инновационных приоритетов в управлении человеческими ресурсами. Каждый работник представляет собой определенный трудовой потенциал, который характеризуется количественными и качественными характеристиками. Количественные характеристики будут включать такие, как производительность труда. Но количественные характеристики не дают точного представления о возможности реализации.

Таблица 1

Матрица факторов использования инновационных процессов по трудовым ресурсам

Факторы	Задача
Активизация инноваций	Применение современных технологий для вовлечения сотрудников в инновационный процесс
Обеспечение эффективности	Установление инновационных показателей, влияющих на эффективность
Стабильность персонала	Повышение интереса к инновационным технологиям с возможностью самореализации
Гарантия развития	Создание инноваций как ключевого условия роста компании
Постоянное совершенствование	Оптимальное использование всех ресурсов с максимальной эффективностью

Представленная матрица дает возможность взглянуть на использование человеческих ресурсов более современным образом, поскольку инновационные технологии могут быть внедрены только за счет людей. Из таблицы 1 мы видим, что при всем разнообразии факторов инновационный контекст остается ключевым. Каждый фактор может повысить ценность компании, если четко будут выполнены задачи по его обеспечению. Например, активизация инноваций возможна только за счет привлечения персонала. Эффективность компании в целом возможна благодаря инновационной деятельности. Стабилизация персонала возможна за счет повышения интереса к инновациям. Гарантия развития возможна только при изменении приоритета в направлении инноваций. Постоянное совершенствование возможно только за счет

оптимизации всех процессов (разумеется, с использованием инноваций) [5, с.47].

Эффективное развитие системы управления персоналом должно основываться на знания и навыки работы, которые несут в себе инновационные идеи и способности, необходимые для осуществления производственной деятельности.

Для оценки степени инновационного развития промышленного предприятия необходимо использовать показатель кадровых инноваций в качестве одного из основных критериев комплексной характеристики современного производства. Уровень развития инновационного потенциала промышленного предприятия определяется именно человеческим фактором.

Для реализации радикальных мер по совершенствованию системы управления персоналом промышленные предприятия должны быть ориентированы как на производственный сектор, так и на человеческие ресурсы. Эффективное взаимодействие этих элементов, подкованных в инновационном приоритете, позволит промышленным предприятиям динамично развиваться, адекватно и гибко реагируя на циклические изменения научно-технического прогресса и окружающей среды в целом.

Ориентация промышленной компании на инновационный путь развития создает новые вызовы для конкурентного рынка. Использование современных подходов к управлению человеческими ресурсами создает огромные возможности для повышения интереса к инновационным технологиям среди сотрудников. Главная задача руководства промышленных компаний - научиться эффективно использовать трудовой потенциал для развития инноваций.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Кокурин, Д.И., Николаева И.П. Ресурсы инноваций: организационный, финансовый, административный / Под ред. проф. И.П. Николаевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 318 с*
2. *Андреева Н.В., Огородникова Е.П. Организация инновационных процессов в российской экономике// В сборнике: Основные направления развития техники, технологии, индустрии сервиса и туризма. 2021. С. 12-14.*
3. *Царев В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Царев, А.А. Канторович, В.В. Черныш. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 799 с.*
4. *Пчелинцева И.Н., Лаптева Е.А. Экономическая сущность инновационного потенциала предприятия и его составляющие // Инновационная деятельность. 2011. №4 (11). С. 73-79.*
5. *Огородникова Е.П. Современная информационная экономика и инвестиционные процессы // В сборнике: Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник научных трудов XVI Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 45-51.*

УДК 65.015

Проблемы и пути повышения эффективности реализации стратегии фирмы

***А.А. Попов**, к.воен.н., профессор*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В данной статье раскрыты некоторые ключевые проблемы, обусловленные влиянием негативных факторов, сдерживающих эффективное стратегическое развитие деловых организаций в современных условиях. Выявлены специфические трудности, возникающие в процессе реализации стратегий развития российских предприятий. Предложены основные направления повышения эффективности реализации стратегии развития фирм. При этом перечень предлагаемых рекомендаций не носит закрытый характер, а может служить основой для продолжения дискуссий в интересах всестороннего разрешения возникающих проблем в сфере стратегического менеджмента.

Ключевые слова: реализация стратегии, трудности в реализации стратегии, способы оптимизации стратегии.

Abstract. This article reveals some of the key problems caused by the influence of negative factors that hinder the effective strategic development of business organizations in modern conditions. The specific difficulties arising in the process of implementing the development strategies of Russian enterprises are revealed. The main directions of increasing the efficiency of the implementation of the development strategy of firms are proposed. At the same time, the list of proposed recommendations is not closed, but can serve as a basis for continuing discussions in the interests of a comprehensive solution of emerging problems in the field of strategic management.

Keywords: strategy implementation, difficulties in strategy implementation, methods of strategy optimization.

Успешное достижение намеченных организационных целей обусловлено не только удачным выбором альтернатив стратегического развития организации, наличием у неё достаточно обоснованных планов действий на краткосрочную и долгосрочную перспективы, но и способностью эффективно реализовывать принятую бизнес-стратегию в условиях нестабильности существования современных рынков [1].

Возрастающая глобализация бизнеса, повышенная динамичность и неопределённость среды функционирования деловых организаций, а также нечистоплотные приёмы отдельных стран Запада во главе с США по введению санкций в отношении ряда государств и компаний лишний раз свидетельствуют о том, что эпоха честного конкурентного противоборства постепенно предаётся

забвению и всё больше сводится к декларативным, пропагандистским трюкам, прикрывающим истинные намерения в достижении конкурентного превосходства со стороны этих государств.

В сложившихся условиях особенно нелегко приходится существовать российским компаниям и предприятиям, так как такого рода санкции в большей мере затрагивают именно их интересы. Не случайно поэтому стратегический менеджмент всё в большей мере ориентируется на эффективную реализацию стратегии развития фирм в условиях подвижности и неопределённости среды их существования.

Практика управления российскими компаниями убедительно свидетельствует о том, что многие достаточно обоснованные и грамотно разработанные стратегические планы остаются лишь несбывшимися «бумажными» проектами, которые так и не были реализованы ими в реальной жизнедеятельности. А это, в свою очередь, приводило не только к ухудшению конкурентного положения этих компаний, но и к их гибели [2].

Таким образом, проблемы развития российского бизнеса сегодня связаны не только с некачественной и несвоевременной адаптацией компаний к складывающимся рыночным, а в последние годы и не совсем рыночным, условиям (объективные факторы, проявляющиеся, в том числе и на фоне прогрессирующей пандемии), но также и с игнорированием ключевого аспекта стратегического управления, к которому относится реализация стратегии фирмы (субъективный фактор).

Это выражается, например, в следующем [3]:

- неверное уяснение (недопонимание) со стороны оперативного руководящего звена общей стратегии развития фирмы;
- отсутствие рациональной организационной структуры, способной успешно реализовывать принятую стратегию;
- слабая координация деятельности коллектива в выполнении намеченных целей, неэффективное руководство процессом реализации стратегии;
- игнорирование того факта, что реализация стратегии зависит не только от деятельности руководства организации, но и от конкретных усилий всех её членов;
- проявление неподконтрольных внешних воздействий в окружении компании и несвоевременная реакция на них;
- недостаточный учёт рисков и возможных трудностей при реализации стратегии развития организации;
- недостаточная поддержка, а иногда и открытое противодействие, граничащее с саботажем, со стороны отдельных заинтересованных инстанций (должностных лиц) в эффективной реализации стратегии;
- низкий авторитет отдельных представителей руководящего состава в коллективе, а также отсутствие требуемых знаний и недостаточный опыт некоторых сотрудников организации;

- неудовлетворительная информированность сотрудников организации относительно конечных целей реализации принятой стратегии;

- слабый контроль со стороны руководства за изменением ключевых показателей, определяющих успешность реализации стратегии;

- нерациональное использование, недостаточность и противоречивость распределения выделенных для реализации стратегии организации ресурсов;

- несоответствие между существующей организационной культурой и принятой стратегией развития бизнеса и др.

Многообразие объективных и субъективных проблем является очевидным свидетельством сложности процесса реализации стратегии развития для любой деловой организации.

Возможными путями полного или частичного устранения этих проблем, на наш взгляд, являются следующие:

1. Уяснение соответствия существующей организационной структуры фирмы принятой стратегии её развития и проведение (при необходимости) руководством корректировочных действий по изменению этой структуры.

Формирование дееспособной структуры организации является, пожалуй, ключевой задачей, направленной на успешную реализацию стратегии. При этом первоначально целесообразно сформировать управленческую команду (или её организационное ядро), способную максимально обеспечить достижение целей стратегии. Возможно, для этого вполне подходит и действующая, но усиленная собственными квалифицированными сотрудниками (выдвиженцами) команда.

В некоторых случаях целесообразно привлекать соответствующих специалистов со стороны. А для этого руководству фирмы необходимо чётко представлять и составить ценностный «портрет» членов будущей управленческой команды, способной обеспечить достижение целей и стратегии организационного развития [4].

В целях оптимизации организационной структуры важным моментом является выявление главных достоинств и возможностей компании по достижению реальных конкурентных преимуществ на рынке, а также проведение анализа и устранение проблем соответствия между существующими видами деятельности фирмы и принятой ею стратегией.

Для приведения в соответствие существующих видов деятельности фирмы с принятой стратегией её развития целесообразно:

- чётко уяснить ключевые (основные) и поддерживающие (неосновные или вспомогательные) виды деятельности, необходимые для успешной реализации стратегии;

- определить, какие вспомогательные виды деятельности могут реализовываться более успешно (качественнее и дешевле) в других фирмах и без труда предоставляться нам в виде каких-либо более выгодных услуг (выполнения определённых видов работ), чем, если бы эту работу осуществляла наша фирма;

- создать новую или скорректировать существующую организационную

структуру фирмы, а при необходимости, дополнить её дополнительными подразделениями и специалистами, действующими в интересах повышения эффективности реализации стратегии;

2. Всестороннее обеспечение приоритетных видов деятельности организации необходимыми ресурсами.

Для реализации выбранной стратегии, возможно, потребуется существенным образом перераспределить все виды имеющихся в организации ресурсов, преимущественно, в пользу ключевых сфер деятельности. А это может повлечь за собой не только поиск и «вливание» дополнительных финансовых, материальных и иных средств в основные виды деятельности организации, но и отказ от недостаточно перспективных проектов (действий), сокращение штатной численности фирмы, ограничение финансирования некоторых вспомогательных подразделений, правда, это не должно делаться в ущерб принятой стратегии;

3. Формирование действенной политики и способов реализации принятой стратегии развития.

Новая стратегия, как правило, приводит к необходимости корректировки или изменения существующих методов управления и способов выполнения конкретных действий персоналом организации (соблюдения им новых правил поведения) [5].

Этого можно достичь, например, посредством:

- отдачи распоряжений о корректировке деятельности подразделений и полномочиях должностных лиц органов управления с целью оптимизации их работы;

- разработки специальных правил и этических норм поведения персонала организации, что создаёт предпосылки для повышения имиджа и привлекательности фирмы для потребителей;

- организации мероприятий, направленных на поддержание высокой организационной культуры, и обеспечение благоприятного психологического климата в коллективе и т.п.

Грамотно выстроенная политика и эффективные приёмы реализации стратегии должны способствовать достижению стратегических целей, позволять умело увязывать действия и поведение всех сотрудников в общих интересах. При этом руководству организации необходимо соблюдать меру в разработке и выстраивании общей политики, так как излишнее её навязывание может привести к чрезмерной потере сотрудниками своей самостоятельности и разумного проявления ими инициативы, творчества в индивидуальной работе;

4. Выявление, всестороннее стимулирование и распространение оптимальных (инновационных) методов выполнения работы сотрудниками организации.

Такие действия являются важной составляющей повседневной работы управленцев и всего персонала организации, так как они приводят к неуклонному повышению качества производимой продукции и оказываемых

услуг, а, следовательно, к профессиональному росту сотрудников, повышению уровня обслуживания и более полному удовлетворению покупательского спроса, что, несомненно, благоприятно сказывается на уровне конкурентоспособности фирмы;

5. Разработка и внедрение действенных методов поощрения сотрудников в интересах эффективной реализации принятой стратегии.

В настоящее время грамотная система поощрения персонала организации является, наверно, лучшим инструментом в достижении поставленных целей. К ключевым инструментам, способствующим повышению заинтересованности сотрудников организации в успешной реализации стратегии, можно, например, отнести: заслуженное увеличение заработной платы; премиальные надбавки; карьерный рост; использование действенных способов морального поощрения (общее признание, похвала, присвоение специальных званий, например, «лучший работник месяца», «лучший по профессии» и т.д.).

Для того, чтобы разработанная система поощрений играла в организации действительно позитивную роль, руководство организации должно чётко для себя уяснить, что на самом деле для сотрудников фирмы является достаточным вознаграждением, так как недопонимание этого может привести к «сбою» всей системы поощрений [6].

Иными словами, руководству компании необходимо знать и стремиться к максимально возможному удовлетворению потребностей своих подчинённых, естественно, с учётом разумных пределов;

6. Приведение организационной культуры в соответствие с принятой стратегией развития фирмы.

Несмотря на то, что организационная культура представляет собой совокупность устоявшихся традиций, ценностей, убеждений и направлена на сохранение общепринятых этических норм (правил), она может входить в противоречие с принятой стратегией дальнейшего развития фирмы.

Поэтому одна из задач разработчиков стратегии должна состоять в том, чтобы скорректировать выявленные несоответствия в элементах организационной культуры с принятой стратегией, что требует достаточной компетенции и ответственности со стороны руководства фирмы. При этом существенная роль отводится умению руководства довести до всех заинтересованных инстанций важность и необходимость культурных перемен, направленных на обеспечение эффективной реализации стратегии.

К числу действенных способов, позволяющих развивать и укреплять организационную культуру можно, на наш взгляд, отнести:

- акцентирование внимания руководства на важнейшие аспекты деятельности фирмы;

- повышение требовательности руководящего состава, прежде всего, к собственному поведению в формальной обстановке, а также стремление к неформальному общению с подчинёнными в повседневной жизни;

- выработка оптимальных критериев мотивации труда персонала, приема

на работу и повышения достойных работников в должности;

- ясное формулирование ценностей, традиций и правил поведения всех без исключения сотрудников организации, прославление её лучших работников и др.;

- искренняя забота обо всех сотрудниках фирмы;

7. Постоянный поиск рациональных путей и способов эффективного управления процессом реализации стратегии [7].

Для успешного достижения целей принятой стратегии руководитель должен стать реальным лидером и уметь играть разные роли в зависимости от складывающейся обстановки. Иногда это может быть авторитарный руководитель, а иногда – это человек, который способен выслушать мнение других сотрудников и пойти при этом на разумный компромисс.

Успешное руководство процессом реализации стратегии требует от менеджера неукоснительного выполнения следующих функциональных обязанностей [3]:

- быть в курсе всех основных событий (дел), происходящих внутри организации, и затрагивающих её стратегические интересы во внешнем окружении;

- грамотно оценивать состояние внешней и внутренней среды, вверенной ему фирмы;

- умело адаптировать и своевременно проводить корректировку принятой стратегии развития организации в зависимости от параметров изменения окружающей среды;

- на высоком уровне поддерживать состояние организационной культуры, при необходимости корректировать этические нормы и правила поведения внутри фирмы;

- уметь демонстрировать уверенность и настойчиво проводить стратегические изменения в организации, несмотря на возможное очень сильное сопротивление к ним, стремится к минимизации ущерба от демонстративных действий несогласных с проводимыми изменениями сотрудников;

- уметь направлять, возникающие в организации, конфликты в позитивное русло и др.

Таким образом, реализация стратегия является важным компонентом управленческой деятельности, включающим совокупность функциональных действий, направленных на достижение стратегических целей, повышение деловой активности и конкурентоспособности фирмы. При этом основными направлениями повышения эффективности реализации стратегии являются: формирование дееспособной организационной структуры; рациональное распределение (перераспределение) привлекаемых ресурсов; выработка рациональной политики и методов поощрения персонала; достижение гармонии между принятой стратегией и организационной культурой; умелое руководство процессом реализации стратегии развития фирмы.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Попов А.А., Лаптева Е.В. Разработка стратегии узкоспециализированной компании // Друкеровский вестник. 2019. № 6 (32). С. 115-122.

2. Попов А.А. Особенности и ключевые аспекты современного развития менеджмента в условиях глобализации бизнеса // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник научных трудов Тринадцатой Международной научно-практической конференции (г. Оренбург, 25 апреля 2018). - Красноярск: ООО «Научно-инновационный центр», 2018. С. 209-218.

3. Попов А.А. Стратегическое управление компанией: учебное пособие / А.А. Попов, О.Д. Димов, Д.А. Попов. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2010. – 344 с.

4. Попов А.А. Сущность и методика анализа трудовых ресурсов предприятия // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова. Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2017. С. 103-112.

5. Попов А.А., Попов Д.А. Общий менеджмент: учебное пособие / Саратов, 2016.

6. Попов А.А. Методологические основы разработки маркетинговой стратегии фирмы // Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей IX Всероссийской научно-практической конференции (г. Самара,15 марта 2020). В 2-х частях. Самара: СГЭУ, 2020. С. 255-258.

7. Попов А.А. Понятие об эффективности как научной категории // Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей. Сборник трудов I Национальной научно-практической конференции (г. Керчь, 07-08 ноября 2019). Керчь: КГМТУ, 2019. С. 724-732.

УДК 658.18

Значение мониторинга в повышении финансовых результатов деятельности коммерческой организации

А.А. Сафарова, *менеджер ООО «ВИС»*
Ю.С. Лекарева*, к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Для обеспечения нормального управления предприятием необходима организация постоянного и оперативного контроля над объемами продаж, уровнем запасов, суммами денежных поступлений, дебиторской и кредиторской задолженностью. Вопросы контроля денежных потоков и задолженности уже давно являются предметом постоянного внимания руководителей, в отличие от материальных потоков. В статье рассмотрены основные проблемы торгово-экономической деятельности предприятий и представлены практические рекомендации по повышению эффективности работы.

Ключевые слова: предприятие, планирование, финансово-хозяйственная деятельность, логистика, мониторинг, коммерческие связи, экономический эффект.

Abstract. To ensure the normal management of the enterprise, it is necessary to organize constant and operational control over sales volumes, inventory levels, amounts of cash receipts, accounts receivable and accounts payable. The issues of controlling cash flows and debt have long been the subject of constant attention of managers, unlike material flows. The article considers the main problems of trade and economic activity of enterprises and presents practical recommendations for improving the efficiency of work.

Keywords: enterprise, planning, financial and economic activity, logistics, monitoring, commercial relations, economic effect.

Опыт показывает, что отсутствие регулярного планирования приводит в торгово-производственной деятельности к росту складских запасов, появлению и увеличению количества неликвидов. Обычно это связано с увеличением номенклатуры закупаемых и реализуемых товаров. Основная проблема оптовых предприятий заключается в отсутствии точных планов, как по закупке товаров, так и по реализации.

На успешно работающих предприятиях уже давно пришли к выводу, что для обеспечения нормального управления фирмой необходима организация постоянного и оперативного контроля над объемами продаж, уровнем запасов, суммами денежных поступлений, дебиторской и кредиторской задолженностью. При этом если вопросы контроля денежных потоков и задолженности уже давно являются предметом постоянного внимания руководителей, то этого не скажешь о материальных потоках.

Значительному большинству высшего руководства становится очевидным необходимость системы планирования, основанной на детальном и периодическом анализе финансово-хозяйственной деятельности для формирования эффективной работы и стабильного роста предприятия. Опыт применения анализа и финансового планирования в управлении показывает, что ведущий инструмент совершенного функционирования — это формирование действующей службы, которая посредством выработанной методологии позволяет обеспечивать руководство полной достоверной информацией, как для решения стратегических вопросов, так и для выполнения текущих задач. Эта служба на основе принятых критериев и эффективного документооборота должна руководить приобретением и созданием программного обеспечения для фирмы. Таким образом, ключ к совершенствованию управления средними и крупными компаниями находится в настоящее время в области решения не только методических, но, главным образом, организационных вопросов.

На предприятиях менеджеры по закупу обособленно занимаются реализациями для определенного круга заказчиков. Однако, стараясь выполнить свою работу эффективно, они зачастую работают разрозненно, в том смысле, что результатом их работы является множество небольших

качественных решений, разрозненных между собой, и не объединенных в одно целое.

Другой не менее важной проблемой, характерной для многих предприятий, является наличие неликвидных запасов. К данным запасам относятся не только хранящиеся просроченные товары, но и товары, не пользующиеся спросом (что еще раз подтверждает необходимость более тщательного планирования закупок).

Наличие неликвидов замедляет оборачиваемость оборотных средств, ухудшает хозяйственно-финансовое состояние предприятия. Неликвидные товары занимают определенное место в складском помещении на предприятии, в результате площадь складских помещений используется нерационально.

Так же на предприятиях имеются проблемы, связанные с управлением и контролем за движением материального потока. Прежде всего, это связано с тем, что выполнение логистических функций делегировано между коммерческим директором, менеджером и заведующим складом. А это приводит к потере контроля за единой цепочкой движения материального потока, а, следовательно, к увеличению издержек [1, с.866].

Что же касается финансового потока, то здесь следует отметить следующее.

Практика показывает, что руководство предприятий довольно часто берет товарные кредиты у своих поставщиков, а также предоставляет их своим покупателям. Необходимо отметить, что предоставление клиентам товарной рассрочки ведет к уменьшению оборотных средств и усугублению текущей ликвидности предприятия, образованию кассовых разрывов и сокращению финансовой стабильности, что в результате отрицательно сказывается на эффективности бизнеса и размерах получаемой прибыли. «Бремя» задолженности по поставкам с отсрочкой расчёта усложняется тогда, когда покупатель не выполняет договоренностей и не соблюдает сроков, отмеченных в договоре. Это влечет к десинхронизации товарных и денежных потоков и кассовым разрывам в платежной системе самого поставщика [2, с.278].

Также компании не осуществляют целенаправленный поиск новых поставщиков. На предприятиях зачастую уже имеет устоявшийся круг поставщиков, это положительный фактор. Однако следует искать новые возможности поставок различных товаров на более выгодных условиях. Также важно рассматривать возможность по расширению ассортимента продаваемой продукции.

Что же касается складской логистики, то на сегодняшний день «складская логистика становится определенным условием, от которого во многом зависит успех и неудачи компании».

Несмотря на значительные резервы по оптимизации запасов многих предприятий, выделим некоторые обобщенные проблемы:

- неполное функционирование площади и объема склада;
- значительные расходы времени на технологические операции;

- недостаточно факторов механизации и автоматизации;
- продолжительное оформление документов.

Устранение рассмотренных выше проблем позволит снизить уровень общих затрат, облегчить работу менеджеров и другого персонала, повысить организационно-экономическую устойчивость компании на рынке, и обеспечит рациональное формирование коммерческих связей на рынке.

Рассмотрев основные проблемы торгово-экономической деятельности предприятий на современном этапе, выделим практические рекомендации по повышению эффективности работы:

1. В качестве основного мероприятия по совершенствованию логистической деятельности введение в качестве обязательной операции процедуру планирования. Возможен следующий вариант решения данной проблемы. На вступительном этапе необходимо спланировать реализацию по отдельно взятым позициям, и впоследствии совместить все полученные результаты в один, суммовой, для построения общего суммарного плана реализации. Важно отметить, что сформированный план реализации практически никогда не будет обеспечен на 100%. Поэтому необходимо учитывать допустимую погрешность в 20-30%. При таком интервале допустимости и постоянном контроле за движением товарных позиций, результаты планирования можно считать достаточно оптимальными. После этого составляется план закупок. Важно не только своевременное составление планов, но и их последующий контроль, выявление ошибок и их исправление. В целях своевременного выполнения заказов, оптимального использования имеющихся материальных и трудовых ресурсов необходимо составлять годовой план реализации продукции, показатели которого устанавливаются в денежном выражении и включают:

- объем реализации продукции на внутриобластном рынке;
- объем реализации продукции на российском рынке;
- объем работ и услуг организаций вспомогательного назначения.

При планировании продаж менеджер должен разработать план товародвижения, целью которого является принятие решения относительно того, каким образом и по каким каналам товародвижения будет перемещаться товар.

Существуют два основных канала товародвижения:

- прямые связи, когда предприятие работает на знакомом рынке, закуп и продажа продукции основывается на прямых заказах, заключенных контрактах с потребителями;
- свободный рынок.

2. Для оптимизации ситуации, касающейся предоставления товарных кредитов, необходимо проведение следующих мероприятий. Руководству компании необходимо ответить на следующие вопросы:

- Почему предоставляются кредиты?
- Какие цели ставятся и уровень их достижения?

- С какими проблемами сталкивается предприятие при выдаче кредита?

- Эффективны ли мероприятия по решению этих проблем, при предоставлении кредита.

- Риски от не предоставлении кредита?

- Какие инновации необходимы предприятию, с целью минимизации кредитов?

Если руководство предприятия все же приняло решение работать с товарным кредитом, необходимо четко выработать свою позицию по следующим аспектам:

- Каким предприятиям, и на каких условиях выдавать товарный кредит, а каким не выдавать?

- Какая сумма кредитования?

- Необходимо ли страховать дебиторскую задолженность?

3. Расширение ассортимента.

Необходимо ответить на вопрос о целесообразности расширения ассортимента. Для этого можно ввести анкетирование покупателей с минимальным количеством вопросов для того, чтобы они могли выразить свои пожелания.

Например:

- устраивает ли Вас сервис и обслуживание нашего предприятия;

- нуждаетесь ли Вы в дополнительных услугах (если да, то в каких);

- какой товар Вы бы хотели у нас еще приобрести (помимо ассортиментного перечня);

- Ваши жалобы и предложения.

4. Для рационального формирования коммерческих связей в сфере закупки.

Что же касается потенциальных возможностей привлечения новых поставщиков, то здесь необходимо в первую очередь провести анализ оценки качества «старых» поставщиков. Для этого возможно применение следующих методов оценки: ранжирование имеющихся поставщиков, выстраивание эффективных отношений с поставщиками, определение динамики качества поставщика, выработка рекомендаций поставщикам по улучшению качества и т.д.

Поиск новых поставщиков является, как правило, занятием весьма обременительным: необходимо оценить предложения данного сектора рынка, провести переговоры с кандидатами, заказать и доставить продукцию. При отсутствии опыта в данном вопросе весьма тяжело быстро и без проблем осуществить поиск производителей и поиск поставщиков.

5. Для оптимизации складских запасов возможно применение следующих операций:

- разработка эффективного управления товарными запасами;

- зонирование систем хранения, с целью сокращения издержек по отгрузке товаров;

- ранжирование товаров с колеблющемся спросом;
- формирование запасов для обеспечения реализации товаров с нерегулярным спросом;
- текущее пополнение товарного запаса;
- программное обеспечение складской инвентаризации;
- разработка процесса реализации неликвидной продукции;
- формирование бюджета на предстоящий период.

Кроме того, для каждой товарной номенклатуры необходимо выполнение следующих процедур:
- разработка периода пополнения заказа;
- выбор метода прогнозирования спроса товаров нерегулярного спроса;
- мониторинг сроков выполнения поставок;
- формирование необходимого страхового запаса для каждого товара.

6. Совершенствование формирования коммерческих связей в сфере сбыта имеет также важное значение. Главным образом, сбытовая деятельность должна быть детально спланирована. Планирование сбытовой деятельности должно состоять из следующих операций:
- разработка текущего и перспективного плана реализации товаров;
- разработка ассортиментной матрицы;
- планирование рекламных мероприятий;
- прогноз программ стимулирования сбытовой работы;
- расширение новых рынков и каналов сбыта;
- планирование объема потенциальных заказов;
- формирование сметы расходов на сбытовую работу.

7. Мониторинг.

Создание системы мониторинга финансового состояния актуально для любого предприятия, поскольку проблемы обеспечения экономической безопасности периодически возникают не только в кризисные периоды, но и в стабильной экономической среде. При этом мероприятия компенсации разнятся в зависимости от целевых задач [3, с.34].

При применении системы мониторинга в течение определенного периода времени у компании возникает способность грамотного позиционирования себя на рынке, а также возможность оценки следствий экономического положения и тенденции в отрасли. Это позволяет вырабатывать тактику и стратегию работы предприятия. Планировать инвестиционные потоки, а также формировать маркетинговые задачи.

Зачастую анализу финансово-хозяйственной деятельности уделяется крайне малое внимание. Кроме того, отсутствуют четкие алгоритмы порядка расчета показателей финансового состояния. Для качественного мониторинга финансового состояния необходимо выделять отдельного работника – экономиста-аналитика. Основное требование, предъявляемое к работнику данной должности – отличное знание бухгалтерского учета и процесса производства и реализации на данном предприятии.

Именно экономист-аналитик должен заниматься мониторингом финансового состояния организации, а именно планированием, анализом и прогнозированием финансового состояния предприятия на будущий период времени. И из нескольких вариантов прогнозов выбирать оптимальный вариант. Экономист должен постоянно следить за теми изменениями, которые происходят в стране, какой бы отрасли они ни касались. В первую очередь - за политической и экономической ситуацией [4, с.46].

Кроме того, экономист-аналитик должен рассматривать целесообразность внедрения того или иного проекта, рассчитывать экономический эффект от его внедрения. В этой связи необходимо пересмотреть и откорректировать действующие должностные инструкции и в дальнейшем более тщательно следить за их выполнением.

Экономист-аналитик должен находиться в постоянном контакте с бухгалтерией предприятия, оперативно получать данные бухгалтерского и налогового учета.

В целом же процесс финансового мониторинга должен включать следующие этапы: определение задач и планирование этапов мониторинга, разработка системы показателей, параметров мониторинга, а также их целевых значений, выбор средств и методов сбора информации.

В качестве цели финансового мониторинга целесообразно считать, как анализ сложившейся ситуации, так и определение прогнозных значений и мероприятий по мобилизации неиспользованных резервов. Основным источником информации должен служить бухгалтерская отчетность, а также данные синтетического учета. Анализ, сбор и обобщение информации необходимо проводить в соответствии с определенными параметрами мониторинга [5, с.142].

На сегодняшний день уровень развития информационных технологий позволяет создавать программные продукты, с помощью которых даже специалист предприятии, не имеющий логистического образования, сможет организовать логистические подходы на предприятии.

Материальный поток от первичного звена к конечному звену, проходит цепь производственных, транспортных и посреднических этапов, что влечет увеличение стоимости товаров. Поскольку логистические расходы занимают значительную долю в общем объеме затрат предприятия, их оптимизация имеет важное значение в повышении эффективности работы.

Обобщим экономический эффект от предложенных мероприятий:

1) Оптимизация финансовых потоков позволит обезопасить компанию от таких рисков, как банкротство, а также позволит добиться высоких экономических результатов в управлении ростом.

2) Оценка уже имеющихся поставщиков продукции позволит в перспективе уменьшить издержки на единицу конечной продукции и таким образом повысить эффективность операций.

3) Поиск новых поставщиков позволит расширить круг контрагентов с дальнейшей перспективой расширения ассортимента продаваемых товаров.

4) Результаты оптимизации складских запасов характеризуются следующими положительными факторами:

- увеличить скорости оборота оборотных средств и, как следствие, уменьшение их дефицита;

- уменьшение накладных расходов, которые предприятие несет вследствие хранения товара;

- сведение к минимуму случаев возникновения на складе "залежавшегося" (устаревшего морально или физически) товара.

5) Оптимизация коммерческих связей в сфере сбыта позволит расширить круг покупателей, что, как следствие, приведет к увеличению прибыли организации.

Следует отметить, что усилия по совершенствованию какой-либо отдельной логистической функции, как правило, не приводят к желаемым результатам. Поэтому совершенствование логистической деятельности необходимо проводить комплексно.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хасанова М.С. Пути повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3 (20). С. 865-869.

2. Попов А.А., Лекарева Ю.С. Инновационная политика как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1(50). С.276-280.

3. Валеев П.В., Козлова Т.В. Актуальные проблемы мониторинга системы внутреннего контроля на предприятии // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2021. Т.12. № 2. С. 33-35.

4. Лекарева Ю.С., Степанова Т.Е. Регулирование рисков: социально-экономические альтернативы: монография – М.: Креативная экономика, 2009. – 144 с.

5. Наконечникова Л.А., Гатиятудин Ш.Н. Финансовая политика как инструмент повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации // Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. 2021. № 2 (22). С. 141-143.

Секция 7

Современные тенденции развития образования

УДК 379.81

К вопросу реализации мероприятий гражданско-патриотической направленности в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова

Т.В. Жукова, *к.п.н,*
О.Н. Конюченко*, ст. преподаватель*
Оренбургский филиал РЭУ им.Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация: в статье рассматривается опыт работы волонтерского студенческого клуба при высшем учебном заведении, роль студенческого патриотического клуба в воспитании современной молодежи.

Ключевые слова: патриотизм, студенческий клуб, волонтеры Победы, гражданско-патриотического воспитания молодежи.

Abstract: the article examines the experience of the volunteer student club at a higher educational institution, the role of the student patriotic club in the education of modern youth.

Keywords: patriotism, student club, Victory volunteers, civic and patriotic education of youth.

Ни для кого не секрет, что человек без истории жить не может – истории своей семьи, своей страны, своей Родины. В настоящее время происходят ужасные события – некоторые исследователи пытаются фальсифицировать историю Великой Отечественной Войны, и в целом, историю всего мира.

События той ужасной войны пытаются переиначить, представить в искаженном виде. Поэтому очень важно воспитывать такую молодежь, которая гордиться своей Родиной, помнит цену той победы, чтит память всех павших в битве за мир во всем мире.

Несомненно, для этого и в школах, и в средних специальных образовательных учреждениях, в высших учебных заведениях преподаются дисциплины, в ходе которых у обучающихся формируется историческое сознание, развивается потребность к осмыслению исторических событий и сопоставлению с фактами действительности, определению идеи единства мирового историко-культурного процесса, но при этом признании многообразия его форм.

Однако, несмотря на это, в молодежной среде остается проблема неправильного понимания, трактовки тех или иных исторических событий, принятие западных идей как единственно верных, нелюбовь к своей Родине.

Для того, чтобы решить данную проблему, необходимо больше внимания уделять вопросу гражданско-патриотического воспитания молодежи.

Одним из способов заинтересовать молодежь больше и глубже изучить свою историю, помнить о важных исторических событиях своей страны, является привлечение их к волонтерству.

В Российской Федерации принят закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)», в котором дается определение волонтерству [1]. Разработана Концепция развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года [3].

В сфере образования развитие добровольчества (волонтерства) по направлению гражданско-патриотического воспитания предполагает: оказание помощи ветеранам Великой Отечественной войны и боевых действий, взаимодействие с ветеранскими организациями; благоустройство памятных мест и воинских захоронений, содействие в увековечении памяти погибших при защите Отечества; участие добровольцев (волонтеров) в организации акций, посвященных памятным событиям в истории России.

В соответствии с нормативно-правовыми документами в Оренбургской области создано и успешно функционирует «Региональное агентство молодежных программ и проектов», в котором проводится работа в области реализации добровольческих и молодежных инициатив. В муниципальных образованиях Оренбургской области развернута сеть муниципальных ресурсных центров поддержки добровольчества [2].

В Оренбургской области осуществляют свою деятельность региональные отделения всероссийских добровольческих движений и организаций: Всероссийское общественное движение «Волонтеры Победы», Общественное движение «Волонтеры культуры», Всероссийское общественное движение «Волонтеры-медики».

С 2015 года на территории Российской Федерации был создан Всероссийский волонтерский корпус 70-летия Победы в Великой Отечественной Войне. Так началась история развития всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы», цель которого сохранить память о великой Победе.

В Оренбургской области также функционирует движение «Волонтеры Победы», включающее в себя двадцать семь местных отделений, в состав которых входит пять общественных центров гражданско-патриотического воспитания на базе высших учебных заведений, среди которых и Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова.

В Оренбургском филиале реализуются следующие направления волонтерского гражданско-патриотического движения:

- Великая Победа (сохранение памяти о Великой Отечественной Войне);

- Связь поколений (помощь ветеранам и взаимодействие с ветеранскими организациями);

- Медиапобеда (создание и обучение региональных медиакоманд);

- Моя Победа (обучение активистов движения);

- Наши победы (популяризация героев и событий современных достижений России через интересные для молодежи формы);

- Моя история (оказание волонтерской помощи в составлении семейного древа и работе с архивными документами).

Ежегодно наши студенты – Волонтеры Победы принимают участие в различных мероприятиях, посвященных Великой Отечественной Войне.

Третьего сентября в День солидарности в борьбе с терроризмом в филиале проводятся тематические беседы со студентами, на которых рассказывается о том, что такое терроризм, о трагедии одиннадцатого сентября, о героях, отдавших жизнь в борьбе с терроризмом. Эта памятная дата установлена в 2005 году и связана с трагическими событиями в Беслане, когда боевики захватили одну из городских школ. В результате теракта в школе №1 погибли более трехсот человек, среди них 186 детей. Студенты Оренбургского филиала минутой молчания почтили память жертв теракта, а также тех, кто погиб при исполнении служебного долга. Также в этот день студенты принимают участие в церемонии возложения цветов к памятнику героя России Александра Прохоренко.

В День окончания Второй мировой войны, а точнее вечером, по всей России, и, в том числе, в Оренбурге проводится акция «Свеча памяти». В выставочном комплексе «Салют, Победа!» волонтеры, в числе которых волонтеры Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, выложили символическую надпись: «Помним» из сотен свечей и раздали участникам акции фронтовые треугольники с текстом письма из прошлого. Участники акции почтили минутой молчания память о погибших в годы войны и возложили цветы к мемориалу «Вечный огонь».

В декабре традиционно студенты принимают участие в акции «Улицы героев», приуроченной ко Дню Героев Отечества. В этот день Волонтеры Победы выходят на улицы населенных пунктов, названных в честь Героев Советского Союза и Героев России. Находясь в указанных локациях, волонтеры раздают жителям листовки в виде солдатских (фронтовых) писем-треугольников с информацией о Герое, в честь которого названа улица, а также о его подвиге.

Третьего декабря в День Неизвестного солдата ребята возлагают цветы к мемориальному комплексу «Вечный огонь», почтив память всех тех, кто отдал свою жизнь на полях сражений за Родину.

Акция «Блокадный хлеб» проводится в январе двадцать седьмого числа в День снятия блокады Ленинграда. Волонтеры Победы Оренбургского филиала принимают участие в данной акции, раздавая жителям Оренбурга кусочек

хлеба и информационную листовку, которые помогут сохранить память о событиях тех далеких военный лет с 1941 по 1945 годы.

В феврале волонтеры Победы не оставляют без внимания День разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Сталинградской битве (второго февраля). А еще в феврале очень значимое событие для нашего города – День рождения поэта Мусы Джалиля. Наш земляк, антифашист; непокорённый борец, узник тюрьмы смерти Моабит, казнённый в застенках берлинской тюрьмы, герой Советского Союза Муса Мустафович Залилов родился 15 февраля 1906 года в деревне Мустафино Шарлыкского района. Весь мир узнал его под именем Муса Джалиль после перевода с татарского на русский язык и публикации поэтического цикла «Моабитская тетрадь». Позднее «Моабитская тетрадь» была переведена более чем на 60 языков мира. В 2021 году в честь 115 летия со дня рождения Мусы Джалиля студенты Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова открыли марафон "живых стихов" Мусы Джалиля, реализованный в форме видеороликов в социальных сетях. Так же этому знаменательному событию был посвящен традиционный творческий вечер «Моя весна, моя Победа!», проводимый ежегодно в канун Дня Победы. Силами преподавателей, Студенческого Совета и Волонтеров Победы Оренбургского филиала была разработана музыкальная постановка, в которую были органично вплетены художественные номера приглашенных гостей из школ, вузов и общественных организаций г. Оренбурга.

В День памяти о россиянах, исполнявших служебный долг за пределами Отечества студенты – волонтеры традиционно несут цветы к мемориалу Воинам-интернационалистам в Парке 50-летия СССР.

Несомненно, самым главным событием является день Победы в Великой Отечественной Войне. К этому событию проводятся различные мероприятия, в которых также принимают активное участие наши студенты. Это и диктант Победы. В этом году площадкой проведения акции стал Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. Во Всероссийском историческом диктанте на тему событий Великой Отечественной войны на площадке нашего филиала приняли участие более 40 человек, несмотря на то, что были доступны онлайн сервисы прохождения тестирования. Участие в диктанте для одних - это способ проверить свои знания, для других - узнать новые факты, получить новый вектор изучения истории нашей страны, благодаря нестандартным и креативным вопросам теста.

Девятого мая делегация Оренбургского филиала возложила цветы к мемориалу «Вечный огонь», а также выступила с художественными номерами на студенческой творческой площадке на пешеходной улице г. Оренбурга.

Акция «Бессмертный полк» в этом году проводилась в онлайн - формате. Но даже в таком формате, принимая участия, мы выражаем бесконечную благодарность и вечную память всем тех, кто ковал победу для нас, тем, кто подарил нам светлое мирное небо над головой. Посредствам официальных аккаунтов социальных сетей ВКонтакте и Instagram мы организуем

развернутую публикацию истории жизни и подвига участников войны из числа родственников студентов, сотрудников и преподавателей филиала.

Положительный опыт по формированию гражданско-патриотической позиции студентов Оренбургский филиал имеет из взаимодействия с военно-историческим клубом «Пересвет». Деятельностью клуба является историческая реконструкция таких исторических периодов, как Русь X-XI века, Новгородское и Владимиро-Суздальское княжество 13-15 веков, РККА 1941-1945 годов.

Эти и ряд других мероприятий, проводимых Оренбургским филиалом РЭУ им. Г.В.Плеханова со студентами, в том числе и Волонтерами Победы, дает нам веру в то, что современная молодежь будет помнить о том, какой ценой досталась победа в Великой Отечественной Войне. Будет чтить героев той войны и нынешних героев России. Будут ценить и беречь этот хрупкий мир на Земле!

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 05.02.2018) "О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)"

2.Постановлением Правительства Оренбургской области № 657-пп «Об утверждении межведомственной программы «Развитие добровольчества (волонтерства) в Оренбургской области»

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2018 г. № 2950-р «Концепция развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года»

УДК 377

Использование возможностей платформы «1С: Предприятие» в процессе формирования цифровых компетенций будущих специалистов в IT-сфере

***М.А. Лёшина**, к.э.н., доцент*
***И.А. Киселев**, преподаватель*
Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования у студентов цифровых компетенций с использованием возможностей платформы «1С: Предприятие» за счет комплексного обучения и опыта встраивания курсов 1С в учебный процесс.

Ключевые слова: программирование, «1С:Предприятие», цифровые компетенции, цифровизация.

Abstract. The article deals with the formation of digital competencies among students using the capabilities of the 1C: Enterprise platform through comprehensive training and experience in introducing 1C courses into the educational process.

Keywords: programming, «1C:Enterprise», digital competencies, digitalization.

В современном мире цифровизация и компьютеризация практически всех направлений и отраслей экономики требует привлечения все большего числа специалистов в сфере информационных технологий. Важно понимать, что этот факт относится не только к тем, кто непосредственно занят проектированием, разработкой и внедрением информационных систем и программного обеспечения, но и к тем специалистам чьи компетенции напрямую не связаны со сферой IT. В этой связи является актуальным включение в образовательный процесс большего числа дисциплин в которых применяются и реализуются информационные технологии, что в последствии расширит багаж навыков в IT для будущих специалистов.

В последние десятилетия такие понятия как информационные технологии и экономика стали практически единым целым. Если раньше понятие информационной системы ограничивалось исключительно предприятием, то сегодня эти границы стерты: сотрудники могут работать с информационными ресурсами организации из дома и в командировке, клиенты и партнеры также получают доступ к корпоративным базам данных, часто выполняя функции, которые раньше были свойственны только работникам предприятия [1]. Эти и многие другие моменты создают определенный набор компетенций и предъявляют ряд требований в сфере информационных технологий которыми должен владеть сотрудник.

Реалии современного мира диктуют нам потребность в специалистах, владеющих компьютерной техникой: разработчиках технических средств, технологических процессов, программистах, разрабатывающих системы бизнес-процессов, производственных систем, всевозможной робототехники. Они нужны во всех сферах деятельности человека: промышленное производство, сельское хозяйство, образовательная деятельность, медицинская отрасль, области добычи и переработки полезных ископаемых и т.д. Что подтверждает востребованность выпускников образовательных учреждений IT-направлений, имеющих практико-ориентированное профессиональное образование, соответствующее запросам работодателей.

Все компетенции в сфере информационных технологий, которыми должен владеть конкретный специалист в определенной предметной области, можно условно разделить на четыре группы по уровню сложности и типу решаемых задач: базовые, универсальные, общетехнические, специальные (отраслевые).

Обязательным требованием современного специалиста практически в любой сфере деятельности является владение базовыми компетенциями, которые включают в себя такие знания и умения как работа с персональной вычислительной техникой, с файловой системой, с офисными программами.

Новое поколение государственных образовательных стандартов предполагает построение содержания профессиональной компоненты на основе учета функций практической деятельности в образовательных учреждениях разных уровней, типов и задач профессиональной подготовки.

Это подводит к необходимости овладения новым содержанием образования, подготовкой студентов к их будущей практической деятельности, развития навыков их самопознания, умения отбирать, находить информацию, включать ее в свою работу, применять информационные технологии в учебном процессе и понимать их роль в будущей профессиональной деятельности [2].

Без владения базовыми компетенциями в сфере информационных технологий специалист может быть востребован только узкой номенклатурой профессий и специальностей в которых не применяются средства автоматизации. Для выпускника наличие необходимых умений и знаний при работе со стандартными (универсальными) текстовыми, табличными и графическими редакторами (процессорами), средствами вычислений, системами электронного документооборота, глобальными сетями будет в дальнейшем определять его ценность как компетентного специалиста в конкретной профессиональной деятельности.

В России потребность в IT-специалистах высокой квалификации сейчас оценивается в 222 тыс. сотрудников, говорится в исследовании Ассоциации «АПКИТ», проведенном по заказу Минкомсвязи России при поддержке АНО «Цифровая экономика». На рис.1 представлен ТОП-10 языков программирования, пользующихся наибольшим спросом в современных реалиях.

Рисунок 1 - ТОП-10 языков программирования

Из приведенного выше рисунка видно, насколько востребован тот или иной язык программирования и какая зарплата предлагается специалистам, работающим на перечисленных выше языках программирования. Также мы

видим, что 1С занимает верхние строки этой таблицы, а это означает, что студенты, знающие 1С, будут востребованы работодателями.

СКИПТБ (филиал) ФГБОУ ВО "МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)" осуществляет подготовку студентов по программам СПО и ВО: специальность 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям) и направление 09.03.01 Информатика и вычислительная техника. Для студентов СПО было принято решение использовать для комплексного обучения встроенные курсы 1С в учебном процессе.

Кроме общеобразовательных предметов и математического и общего естественного учебного цикла, куда входят элементы высшей математики, элементы математической логики и теория вероятностей и математической статистики, Студенты изучают основы теории информации, операционные системы и среды, базы данных. Особое внимание было направлено на изучение Access для формирования у студентов навыков работы с двумя режимами одного программного продукта, что является подготовкой к работе с более сложной – работе с платформой 1С. При изучении дисциплины "Основы алгоритмизации и программирования" студенты знакомятся с правилами построения программ на языках программирования: узнают общие принципы построения алгоритмов и алгоритмических конструкций, структуры данных, подпрограммы, модули. На практических занятиях студенты получают навыки написания программ на PascalABC, как основном языке программирования, HTML и SQL.

На выпускном курсе студенты изучают профессиональный модуль ПМ.02 МДК.02.01 «Разработка, внедрение и адаптация программного обеспечения отраслевой направленности», где рассматриваются вопросы не только самостоятельной разработки, но и внедрения и адаптации к условиям работы конкретного предприятия или организации сопровождения "1С:Предприятие": настройка общих параметров и параметров предприятия, выбор интерфейса, планирование обмена электронными документами, выбор регламентированного учета, учет номенклатуры, настройка печати, маркетинга, учета закупок и другие практические работы по данному модулю, выполняемые на учебной версии "1С:Управление торговлей".

При изучении профессионального модуля ПМ.03. МДК.03.01. Сопровождение и продвижение программного обеспечения отраслевой направленности, студенты создают необходимые объекты конфигурации, прописывая модули, создавая отчеты разной сложности. В указанный модуль был встроен учебный курс «1С:Программирование в «1С:Предприятие», что позволило использовать на занятиях задачи из "Сборника задач по разработке на платформе «1С:Преприятие» Павла Чистова.

После прохождения лекционных и практических занятий, студенты выполняют по собственному выбору следующие курсовые работы, в основу которых легла разработка информационной системы на платформе «1С:Предприятие» по разным направлениям:

Проектирование информационной системы:

1. для гостиницы;
2. для туристического агентства;
3. для библиотеки;
4. для фирмы, торгующей автомобилями;
5. для фирмы, торгующей компьютерной техникой;
6. для фирмы, торгующей мебелью;
7. для учебной части ВУЗа;
8. для фирмы, торгующей продовольственными товарами;
9. для фирмы, торгующей запчастями для автомобилей;
10. для пункта видеопроката;
11. для магазина, торгующей бытовой техникой.

С проектированием информационных систем у студентов при выполнении курсовых работ трудностей не возникло, были созданы все необходимые объекты конфигураций, формы, модули, регистры и отчеты.

При прохождении практики на предприятиях и в организациях студенты разрабатывают информационные системы на платформе «1С: Предприятие» по заданиям руководителей и получают высокие оценки за практику.

Таким образом, использование в учебном процессе возможностей платформы «1С: Предприятие» служит, своего рода катализатором, стимулирующим изучения информационных систем и технологий не только в рамках отдельной дисциплины, но и на более глубоком профессиональном уровне применительно к профильным дисциплинам.

Исходя из выше изложенного, можно отметить, что приоритетными направлениями в образовательной деятельности, должны являться: углубление цифровой грамотности студентов с помощью изменения содержания общей и профессиональной подготовки, использование разнообразных форм работы со студентами в учебно-воспитательном процессе и научно-исследовательской деятельности, что в целом будет способствовать расширению компетенций в сфере информационных технологий для будущего специалиста.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Цифровые платформы. Методологии. Применение в бизнесе: Коллективная монография / Под общ. ред. Славина Б. Б., Зараменских Е.П., Механджиева Н. – М.: Прометей, 2019. – 228 с.

2. Лёшина М.А. Цифровое образование как необходимость в современных условиях цифровой экономики. В сборнике: Цифровая экономика - образованию и науке Союзного государства Беларуси и России. Сборник статей Международной заочной научно-практической конференции. Редколлегия: А.Б. Елисеев, И.А. Маньковский (гл. ред.) [и др.]. 2020. С. 207-211.

3. Щербакова С.А., Ковалева Л.Ф., Лёшина М.А. Обзор возможностей современных программных продуктов для поддержки системы управления персоналом в образовании. - Кадровик. 2021. № 10. С. 110-119.

4. TERRITORY DEVELOPMENT: PAST, PRESENT, FUTURE. Uskov A., Novikova N., Lukasheva O., Luchkin A., Volodchenkov A., Yarotskaya E., Afanasyeva N., Chudakova S.,

Kovaleva L., Kovaleva E., Lyoshina M., Morozova O., Nikonorova A., Savchenko T., Shcherbakova S., Sidorenkova I., Sokolova M., Potekhin G., Rimskaya L., Vasilyeva S. et al. Plekhanov Russian University of Economics. - Yelm, WA, USA, 2020.

УДК 331

Совершенствование механизмов государственного финансирования высшего образования

Махкамова Ш. Ю.*, к.э.н., начальник отдела,*
Институт Бюджетно-налоговых исследований
при Министерстве Финансов Республики Узбекистан

Аннотация. Изложены механизмы финансирования зарубежных вузов. Разработаны предложения, касательно пересмотра законодательство о вузах, введения пост-аудита, исследований «деньги следуют за студентом», предоставления субсидии, выделения грантов членам семьи из малообеспеченных семей, привлечения средства профсоюзов и религиозных организаций на образовательные учреждения. Ссовершенствование финансирования на основе гранты по баллам, на основе потребностей, бесплатные места в приоритетных областях.

Ключевые слова: *охват, лимит, грант, субсидия, пожертвования, стандарты.*

Abstract. The mechanisms of financing foreign universities are outlined. Proposals have been developed regarding the revision of the legislation on universities, the introduction of a post-audit, research “money follows the student”, the provision of subsidies, the allocation of grants to family members from low-income families, the attraction of funds from trade unions and religious organizations for educational institutions. Improving funding based grants based on points, needs based, free places in priority areas.

Key words: *coverage, limit, grant, subsidy, donations, standards.*

В рамках задач по обеспечению государственного финансирования высшего образования, определенных в Стратегии развития, в 2022 году предусмотрено [1]: Целью 46. **Доведение уровня охвата высшим образованием до 50 процентов и повышение качества образования.** доведение уровня охвата высшим образованием молодежи в 2022 году до 38 процентов, также доведение в 2026 году показателя приема минимум до 250 тысяч. Предоставление государственным высшим образовательным учреждениям академической и финансовой самостоятельности, в том числе налаживание практики самостоятельного установления ими оплаты труда, определения количества работников, стоимости обучения на платно-контрактной основе и формы образования. Конкретное определение

соответствующих прав и полномочий государственных высших образовательных учреждений.

В связи с выше поставленными целями поставлены следующие задачи:

- исследование процедуры и механизмы финансирования высшего образования за счет государственного бюджета;

- изучение практику совместной организации высшего образования с частным сектором, регулирование отношений между частным сектором и государством по подготовке высококвалифицированных кадров для отраслей экономики;

- анализ практики организации послевузовского образования (аспирантуры, докторантуры) за счет государственного бюджета;

- оценка основ, порядка и механизмов финансирования научной деятельности и государственных исследовательских проектов за счет средств государственного бюджета, а также методы финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, практика регулирования государственно-частного партнерства в этом направлении;

- разработка предложений по эффективному управлению государственных расходов на образование и науку.

По оценкам ЮНЕСКО [2], каждый доллар, потраченный на образование, будет возвращать до 15 долларов с точки зрения экономического роста;

- Международный институт прикладного системного анализа (МИПСА) [3] твердо предполагает, что статус образования разумно связан со здоровьем, выживаемостью, уровнем рождаемости и даже качеством управления страной.

- исследователи теперь сходятся во мнении, что успеваемость учащихся по математике или естественным наукам (разумный прокси для когнитивных навыков) отражает школьные достижения в качестве лучшего показателя человеческого капитала;

- исследование на основе экзогенных тестов позволило сделать выводы, что расходы на образование приводят к экономическому росту, а не наоборот. В нем также подчеркивается, что более эффективное использование государственного бюджета на образование усилит влияние расходов на качество образования как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективах;

- развивающиеся страны, стремящиеся к резкому сокращению масштабов нищеты и достижению устойчивого развития, должны обеспечить широкое распространение среднего образования в дополнение к всеобщему начальному образованию;

- для развитых стран было показано, что инвестиции в высшее образование способствуют экономическому росту;

Соединенные Штаты вложили 2,6 процента своего ВВП в высшее образование [4]; Государственные инвестиции составили 0,9 процента ВВП, частные - 1,7 процента. Государственное финансирование - не единственный источник доходов для большинства колледжей и университетов, и степень, в которой учебные заведения полагаются на государственное финансирование в

качестве источника доходов, значительно различается. Государственные колледжи получают примерно 41 процентов общих доходов из государственных источников, а частные некоммерческие и коммерческие организации - 12 и 2 процента [5] соответственно [6].

Основная часть. В данной работе представлен зарубежный опыт - финансирование высшего образования, послевузовского образования, науки в разрезе развитых стран, СНГ, стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

На базе проведенного исследования можно сформулировать следующие:

1. Объем инвестиций частного сектора, не могут восполнить все пробелы, поэтому, в Германии и Финляндии государственный сектор в высшем образовании преобладает над частным. В США государственные колледжи получают 41 процентов общих доходов из государственных источников, а частные некоммерческие и коммерческие организации - 12 и 2 процента. В 10 штатах есть модель Бюджет, ориентированный на результат, на которую приходится более 25 процентов государственного финансирования. Гражданину США, можно занять деньги у федерального правительства, чтобы оплатить учебу в аспирантуре через прямую не субсидируемую ссуду или прямую ссуду PLUS. Процентная ставка лимита прямого несубсидированного кредита составляет 5,3% и прямой ссуды PLUS- 6,3%.

2. В Германии дальнейшее образование и профессиональная подготовка, необходимые для рынка труда, в частности для целевых групп безработных, людей, которым угрожает безработица, и лиц с низкой квалификацией, финансируются за счет взносов в соответствии с Кодексом социального обеспечения III (Drittes Buch Sozialgesetzbuch - Arbeitsförderung - R163) из фондов схемы страхования от безработицы, а также налогов в соответствии с Кодексом социального обеспечения II (Zweites Buch Sozialgesetzbuch - Grundsicherung für Arbeitsuchende - R164), который регулирует базовое социальное обеспечение для лиц, ищущих работу. Из этого фонда в 2016 году на продвижение непрерывного профессионального обучения было израсходовано 2,8 миллиарда евро. Вузы также получают средства от компаний, если компании поручают им определенные исследования и разработки. На долю внешнего финансирования из коммерческого сектора приходилось 19,7 процента или 1,46 миллиарда евро от всего внешнего финансирования. Федерация выделяет в общей сложности около 2 миллиардов евро для Пакта о качестве преподавания.

3. В Финляндии расходы на образование составили 5,1 процента ВВП. Оплата студентам за обучение не менее 1500 евро в год, а студенты из ЕЭЗ учаться бесплатно. Расходы на образовательные учреждения в процентах от ВВП составили 5,3. Общие расходы на образование составили 11,8 миллиарда евро, что на 3% меньше, чем годом ранее. Доля общих государственных расходов на образование составила 10,5%. Всего 4,7 миллиарда евро, то есть почти 40%, было направлено на базовое образование и на этом уровне обучается вся возрастная группа от 7 до 15 лет. Вторая по величине доля -

университетское образование и исследования, на которые было потрачено 2,3 миллиарда евро, или 19%.

4. Затраты на обязательное базовое образование составили самую большую долю текущих расходов на образование. Всего 4,7 миллиарда евро, то есть почти 40%, было направлено на базовое образование. Это логично, ведь на этом уровне обучения принимает участие вся возрастная группа от 7 до 15 лет (табл. 1). Вторая по величине доля - университетское образование и исследования, на которые было потрачено 2,3 миллиарда евро, или 19%. Хотя высшие учебные заведения являются независимыми юридическими лицами, основная ответственность за финансирование по-прежнему лежит на государстве.

5. Финансирование распределяется в соответствии с основными моделями финансирования, разработанными университетами и университетами прикладных наук (UAS).

Таблица 1

Доля расходов по видам образования, % [7]

Тип расходов	**2000 год**	**2017 год**	**Разница**
Дошкольное образование	1	3	2
Начальное образование	38	40	2
Общее среднее образование	7	6	-1
Профессионально-техническое образование	13	14	1
Производственное обучение	1	1	0
Университет прикладных наук образования	7	8	1
Университеты образования и исследований	19	19	0
Другое образование	5	3	-2
Финансовая помощь студентам	9	6	-3
Всего	100	100	0

Основное финансирование распределяется в основном на основе результатов преподавательской и исследовательской деятельности университетов, а также результатов деятельности в области образования, а также исследований и разработок.

Высшие учебные заведения также получают финансирование из других источников (внешнее финансирование), таких как Академия Финляндии, Финское агентство по финансированию инноваций (Tekes), фонды, предприятия, Европейский Союз и другие международные источники.

6. В Англии плата за обучение была впервые введена в 1998/99 учебном году. В 2012/13 году правительство сократило текущего прямого государственного финансирования обучения (учебные гранты) и увеличило лимит платы за обучение в бакалавриате для новых студентов до 9000 фунтов стерлингов (10 201,19 евро). Студенты могут брать субсидируемые

студенческие ссуды для оплаты обучения. Эти ссуды выплачиваются непосредственно учреждению Студенческой ссудной компанией (SLC). На сегодняшний день большинство студентов, обучающихся по программам последипломного образования, находились на самофинансировании, за исключением нескольких конкретных дисциплин, таких как социальная работа, некоторые медицинские профессии и преподавание.

7. В то время как обучение финансируется за счет грантов на обучение от OfS, наряду с оплатой за обучение (табл. 2), исследования финансируются через двойную систему поддержки. Это включает: Грантовое финансирование Research England для поддержки исследовательского потенциала и инфраструктуры (например, заработной платы постоянного академического персонала и помещений), а также предоставления учреждениям возможности проводить новаторские исследования по своему выбору, описанные в подзаголовке «Гранты организаций, финансирующих исследования»; финансирование конкретных исследовательских проектов и программ, предоставляемое семью исследовательскими советами, которое описано в подзаголовке «Гранты и контракты на исследования».

Таблица 2

Вузы Великобритании получали финансирование из следующих источников [8]

	Стоимость, фунт стерлинг	Стоимость, евро	Доля дохода, %
Плата за обучение и договоры на обучение	£17 742 257	€20 110 237,46	49,7
Гранты финансирующего органа	£5 105 432	€5 7864 831,39	14,3
Гранты и контракты на исследования	£5 915 926	€6 705 498,44	16,6
Других источники	£6 067 425	€6,877 217,34	17,0
Доход от инвестиций	£253 554	€287 394,72	0,7
Пожертвования	£585 813	€663 998,86	1,7
Общая прибыль	£35 670 407	€40 431 178, 23	100

Грантовое финансирование Research England для поддержки исследовательского потенциала и инфраструктуры от платы обучения, грантов финансирующего органа, инвестиций, пожертвований, и от других источников. Составило £35 670 407 фунт стерлингов или €40 431 178,23 евро.

8. В России финансирование образования из консолидированного бюджета в размере примерно 3,9 процента ВВП, В вузах за счет средств федерального бюджета обучается 138,5 студентов на 10000 населения. За годы экономических реформ бюджетное финансирование образования сократилось в 3-4 раза. Ряд лет неполностью финансировались статьи по оплате труда и стипендиальному фонду, что приводило к задолженности по оплате труда и к социальным конфликтам. В условиях целевых параметров нацпроекта «Наука»

расходы увеличатся к 2024 году до 1,2% ВВП. При том, что крупнейшие научно-технические страны тратят на эти цели больше 3% ВВП.

9. В Казахстане частные источники являются основным источником дохода для частных учебных заведений, где 88% студентов оплачивают все расходы на обучение самостоятельно или финансируются за счет негосударственных источников. Частные расходы на высшее образование составляют примерно 0,7% от ВВП. Действующая образовательная политика в настоящее время обеспечивает бесплатное высшее образование для 30000 студентов путем предоставления государственных грантов, но это составляет лишь около одной четверти группы учащихся, заканчивающих 11-й класс.

10. В Грузии размер государственных грантов (ваучеров) составляет 100 процентов, 70 процентов или 50 процентов от максимальной государственной платы за обучение 2,250 лари. Большинство студентов получают стипендию, покрывающую расходы на 50 процентов (14 процентов), 5 процентов - стипендию на 70 процентов и только 4 процента - стипендию на полное обучение. Гранты используются для оплаты обучения как в государственных, так и в частных вузах.

11. В Украине вузы обладают одной из самых слабых финансовых автономий, которая очень ограничена с точки зрения привлечения и расходования средств. Европейская ассоциация университетов (EUA) определила основные проблемы украинской системы высшего образования, а именно «неадекватные методы финансирования», «критически низкий уровень государственного финансирования высшего образования», «несбалансированные источники дохода для университетов».

12. В Японии - 782 университета, 603 из которых уже являются частными. 93 национальных университета и 86 местных государственных университетов также работают в образовательном секторе. Общие государственные расходы на образование составили почти 4 процента ВВП, и это один из самых низких показателей среди стран ОЭСР. Между тем, доля государственных расходов на высшее образование в том же году была эквивалентна 0,4 процента ВВП.

13. В Южной Корее согласно базе данных Всемирного банка, расходы на высшее образование составили 20,44 процента от общего объема государственных расходов на образование. Большая часть финансирования послевузовского образования (около 80%) поступала из частных источников. Южная Корея является второй страной в списке стран с наибольшим объемом расходов на исследования в процентах от ВВП. На самом деле, почти две трети расходов на исследования и разработки поступают из частных источников в стране.

14. Индия в 2019-2020 годах выделила 6,43 миллиона рупий (88 миллиардов долларов) государственных средств на образование. Из этой суммы центральное правительство выделило 56 537 миллиона рупий (7,74 миллиарда долларов) на школьное образование - 60% - и 38 317 миллион рупий

(5,25 миллиарда долларов) на высшее образование. В сумме на Центр приходится 15% расходов на образование. Остальные прибыли из штатов и союзных территорий.

15. Во Вьетнаме по сравнению с соседями с доходом выше среднего, общий показатель приема в высшие учебные заведения во Вьетнаме относительно низок и составляет 28,3 процента; в Малайзии и Таиланде, например, этот показатель составляет 44,1 процента и 49,3 процента соответственно. Нехватка профессиональных навыков часто упоминается как серьезное препятствие для бизнеса. На высшее образование приходилось лишь 5% государственных расходов на образование и профессиональную подготовку, или 0,25% ВВП.

Заключение и рекомендации. Исходя из зарубежного опыта разработаны подходы, механизмы совершенствования финансирования образования и для Узбекистана целесообразно: пересмотреть законодательство о частных вузах, чтобы повысить подотчетность в управлении и финансировании частных учебных заведений (опыт Японии); регулярно проводить переоценку своих финансовых стратегий получения высшего образования в контексте национальных целей. Этот процесс должен проходить при активном участии широкого круга заинтересованных сторон для гарантирования достоверности и прозрачности данных; выделять особую важность пост-аудита, который должен позволить учебным заведениям сохранять и накапливать средства в течение долгого времени в целях укрепления их финансовой устойчивости и гибкости, а также обеспечить стимулы для повышения эффективности и действенности; ввести исследование финансирования вузов по принципу «деньги следуют за студентом», который является прозрачным и дает студентам возможность выбирать учебное заведение и программу, которые соответствуют их предпочтениям и возможностям, так как эта система не изучена в достаточной степени. В некоторых странах выявлено, что действующий механизм финансирования не включает стимулы к успеваемости, которые побуждают университеты вносить свой вклад в достижение национальных стратегических целей, таких как высококачественное образование, соответствующее рынку труда и также стимулы для развития НИОКР (опыт Грузии); предоставлять субсидии, для студентов, дифференцированно в зависимости от дохода семьи (опыт Англии); снизить процентную ставку кредитов для студентов дифференцированно в зависимости от дохода семьи (Южная Корея); выделять гранты на обучение в вузе членам семьи из малообеспеченных семей (опыт Финляндии, Грузии); привлечь средства профсоюзов и религиозных органов на финансирование содержание своих учреждений непрерывного образования, гарантируя максимально широкий доступ к непрерывному образованию, устанавливая плату за обучение на соответствующем уровне (опыт Германии); совершенствовать три механизма финансирования, которые помогают студентам финансировать свое обучение в вузе: гранты на основе заслуг (по

баллам вступительных экзаменов), гранты на основе потребностей (заказы отраслевых министерств) и бесплатные места в приоритетных областях (опыт Грузии); расширить целевые стипендии на обучение для наиболее талантливых выпускников по дефицитным предметам (опыт Англии); разработка Пакта о качестве преподавания (опыт Германии); совершенствовать право на получение финансовой помощи студентам дневной формы обучения жилищного пособия для проживающих в съемных квартирах в зависимости от региона (опыт Финляндии); обеспечить эффективную практику оценки студентов, которая содействует подготовке квалифицированных выпускников; помочь привлечь и удержать таланты для формирования сильной системы высшего образования; уменьшить искусственно созданные барьеры высшего образования; выделять финансы больше прикладным наукам (опыт Росси); расширить связи отраслевых министерств, предприятий, компаний научно-исследовательскими учреждениями и увеличить количество заказов с финансированием.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги 2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида. ПФ-60-сон Фармони . https://lex.uz/docs/5841077 [18.04.2022].

2. One Dollar Invested In Youth Skills Can Pay Back Fifteen-Fold In Economic Growth | United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization. [online] Unesco.org. http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/one_dollar_invested_in_youth_skills_can_pay_back_fifteen_fol/ [18.04.2022].

3. Economic Growth In Developing Countries: Education Proves Key. [online] iiasa.ac.at. https://iiasa.ac.at/web/home/resources/publications/IIASAPolicyBriefs/pb03.html [12.04.2022].

4. Переведено из английского на русский язык к.э.н. Ш.Махкамовой, Х.Рузибоевой и Ш.Фахриддинхужаевым на базе данных An Overview of State Higher Education Funding Approaches Lessons and Recommendations (2022) https://sr.ithaka.org/publications/an-overview-of-state-higher-education-funding-approaches/

5. Переведено из английского на русский язык к.э.н. Ш.Махкамовой и Ш.Фахриддинхужаевым на базе данных Expenditure on higher education as a share of GDP in selected countries worldwide in 2017 (2022). https://www.statista.com/statistics/707557/higher-education-spending-share-gdp/

6. Аналитический обзор на тему «Финансирование высшего, после высшего образования и науки: зарубежный опыт" отправлен в Министерство финансов РУз в 2021г. -Ташкент: Институт Бюджетно-налоговых исследований, 2021. -103с.

7. Funding in Education (2021). https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/funding-education-25_en

8. Introduction - Finances of Higher Education 2016/17 (2018). https://www.hesa.ac.uk/data-and-analysis/publications/finances-2016-17/introduction

УДК 37.017.924

Свобода и ответственность личности в практике образования

В.Ф. Ремизова, *к.п.н. доцент*
Т.Г. Нестерова, *к.п.н. доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье затронута проблема проявления свободы и ответственности в педагогической деятельности. Экспериментальная работа по выявлению отношения к свободе и ответственности будущих учителей в их педагогической деятельности показала, что студенты ещё не имеют достаточного опыта для того, чтобы адекватно соотносить возможность проявления свободы учащихся и необходимость возложения на себя ответственности. Студенты полагают, что школьники в основном берут на себя ответственность за выполнение индивидуальных, а не коллективных заданий. Будущие учителя сомневаются в ответственном отношении учеников к образованию.

Ключевые слова: свобода, ответственность, образование, учителя.

Abstract. The article touches upon the problem of freedom and responsibility in pedagogical activities. The experiment of identification of future teachers’ attitude to freedom and responsibility in their pedagogical activities shows that students do not have sufficient experience to correlate adequately the possibility of students' freedom and the need to assume responsibility. Students believe that schoolchildren generally take responsibility for completing individual assignments rather than collective ones. Would-be teachers doubt of students' responsible attitude towards education.

Keywords: freedom, responsibility, education, teachers.

Настоящее исследование затрагивает актуальную на сегодняшний день научно-практическую проблему выявления степени проявления свободы и ответственности в контексте педагогической деятельности. Основными предпосылками изучения свободы и ответственности в практике образования стали два фактора: социально-экономический (развитие рыночных отношений привело к изменению поведенческих моделей и нравственных ориентиров) и практический (отсутствие в современной школе концепций, направленных на формирование таких личностных характеристик, как свобода и ответственность**).**

Цель данной работы – выявить отношение к свободе и ответственности будущих учителей. В связи с указанной целью предполагалось решить следующие задачи: 1) уточнить понятия «свобода» и «ответственность» в педагогическом ракурсе; 2) выявить проявление свободы и ответственности в контексте образовательного процесса.

Методы исследования: анализ литературы, изучение педагогического опыта, наблюдение, анкетирование, обобщение, систематизация, методы статистической обработки материала.

Свобода является одним из фундаментальных философских понятий. Со времен античной науки Платона и Аристотеля и до наших дней проблемы свободы волновали творчески мыслящих людей. В разное время в общее осмысление понятия внесли свое понимание Дж. Локк, К. Маркс, Ж.П. Сартр, Н. Бердяев и другие.

В нашей работе свобода рассматривается как педагогическая категория вслед за Л.С. Выготским, К.Д. Ушинским, Л.Н. Толстым, М. Монтессори и другими исследователями гуманистической парадигмы образования. Анализ литературы по теме исследования привёл нас к мысли, что свобода – личностная категория, отражающая стремление индивида вести свою жизнедеятельность в соответствии со своими собственными устремлениями, желаниями, интересами, целевыми установками, ценностными ориентациями. Г. Лейбниц утверждал, что свобода зависит от разума. Современные исследователи также указывают на прямо пропорциональную зависимость степени проявления свободы от когнитивной сложности личности (Е.Ф. Ханова) [4].

В педагогической теории особое значение в наше время приобретают идеи классика отечественной педагогики П.Ф. Каптерова (1849 – 1922) о свободе в практике образования. Исходя из постулата, что свобода – важнейшее условие развития ребёнка, П.Ф. Каптеров предлагал предоставлять учащимся возможность выбирать учебные предметы сообразно своим интересам, пристрастиям, вводить новые предметы. Школьники, по мысли П.Ф. Каптерова, могут составлять школьное расписание, выбирать книги для внеклассного чтения, организовывать школьные праздники, экскурсии, походы.

Другой представитель философско-педагогической мысли начала XX столетия С.И. Гессен трактовал свободу не как изначальную данность личности, а как цель, перспективу воспитания. Путь человека к свободе, считал С.И. Гессен, лежит через образование, а воспитание свободы – главнейшая задача педагогики.

Изучение педагогического наследия гуманистов позволяет констатировать актуальность проблемы соотношения уровней свободы преподавателя и студента. Свобода регулирует субъектность и объектность позиции обучающегося во взаимодействии с информацией, группой, педагогом, администрацией и учебным процессом. Осуществление свободного выбора на всех этапах обучения требует сформированности общекультурных компетенций и навыков интроспекции, самоанализа и самопознания. Сегодня мы уже говорим о педагогике свободы, изучающей студента как субъекта выбора. В парадигме этой концепции появляется термин «свободоспособность», которая проявляется в способности учащегося самостоятельно строить свой образовательный маршрут, выбирая чему, как и у

кого учиться. Безусловно, основы этих процессов закладываются на ступени среднего образования, а студенческая жизнь и рамки высшей школы позволяют расширить возможности этого выбора [2]. Эффективность обусловливается преемственностью деятельности педагогического сообщества, которое создает условия для реализации природной потребности в автономии. И здесь перед субъектом встает проблема конвертирования ресурса свободы в творчество, в созидание, а не в произвол и саморазрушение.

Свобода, как направленность на добро, на развитие, требует совершенно четкой сформированной иерархии ценностей, ориентировки на самореализацию, как высший этап саморазвития. Эта направленность фиксируется мировоззрением, языковой картиной мира, грамотно выстроенными концептами жизненного успеха. Реалии современной жизни таковы, что понятие успешности напрямую связано со стремлением к богатству и страхом бедности [1]. Прагматичность – знаковая отличительная черта современного социума, которую необходимо учитывать при работе с молодежью. Коллективная деятельность, не инициированная в самом коллективе, а продиктованная формальными директивами, не является предпосылкой для свободного творческого труда. Новая экономическая реальность создает новое отношение к свободе: труд должен быть оплачен, иначе нарушается принцип справедливости. Все мотиваторы, рассчитанные на старый уклад жесткой авторитарной системы, уже не работают. А новые объединяющие установки, основанные на энтузиазме, взаимовыручке, радости коллективного творчества, не сформированы или вступают в противоречие с реальностью. Поэтому в молодежной среде так много сложностей возникает при столкновении реальных и формальных признаков свободы.

В настоящее время проблема свободы и ответственности рассматривается с разных точек зрения. Соотношение свободы и ответственности педагога освещено Е.Ф. Хановой [4]. Утверждается, что предпосылкой выбора личности, «прихода» человека в профессию является свобода, свобода выбора, а профессиональная ответственность формируется в процессе профессионального образования (М.И. Болотова, С.Р. Гилазиева, И.Ю. Спасская, Н.С. Шумилина) [6]. Свобода и ответственность как этические категории предстают в диалектическом единстве, образуя базис для формирования этической направленности личности (Н.С. Шумилина) [5]. Непрерывное этическое развитие названо важным фактором в становлении профессионала [6]. Установлено, что образовательный процесс в образовательных учреждениях способствует развитию профессионально-этической направленности личности [5].

С выбором свободы и ответственным отношением связаны все сферы деятельности человека. Это касается, в частности, лингвистики. Язык – это знаковая система, развивающаяся по своим законам, с одной стороны, и средство порождения речи, которая предполагает выбор определённых языковых единиц, с другой. В современном мире наблюдается тревожная

тенденция пренебрежения нормами и правилами языка в пользу волюнтаристского использования языковых средств [3].

В последнее время активно освещаются и решаются экологические проблемы. Безответственное отношение к окружающей среде может привести к глобальной катастрофе. Сегодняшняя реальность такова, что решение вопросов ответственности и свободы личности в процессе её жизнедеятельности по отношению к внешнему миру способно решить многие вопросы, связанные с экологией [7]. Это также актуализирует изучение свободы и ответственности личности в современных условиях.

С практикой образования связывается формирование ответственности личности. Ответственность – атрибут межличностных и внутриобщественных взаимоотношений, характеризующий сознательное осуществление требований, предъявляемых обществом к индивиду. Различают индивидуальную и социальную ответственность личности. На формирование ответственного отношения к себе, окружающим, среде, своим поступкам, поведению, деятельности действуют внешние социальные и педагогические условия и внутренняя ценностно-этическая направленность личности. В гуманистических концепциях XX века (М.М. Бахтин, В. Франкл, Э. Фромм) ответственность связывается с качествами, присущими зрелой личности.

Свобода и ответственность находятся в диалектическом взаимодействии. Свобода есть возможность осуществления поставленной цели. Ответственность связана с необходимостью учитывать объективные условия для осуществления субъективной цели. Высокая степень сформированности ответственности и свободы ведут к проявлению личностной автономии, возможности принимать решения в отношении самого себя и владеть ситуацией для достижения поставленного результата.

Необходимость демонстрировать свободу и проявлять ответственность является неотъемлемой частью педагогической деятельности.

Все этапы педагогической деятельности – от постановки цели до получения результата – требуют от педагога осуществления выбора. Учитель свободен в выборе средств решения поставленных целей и задач, методов обучения, способов взаимодействия с учениками, стиля общения с ними. И чем требовательнее относится учитель к себе, чем более высокие цели он ставит перед собой, чем больше соизмеряет реальные условия с идеализированным представлением результата своей деятельности, тем более осознанный, разумный и соответствующий действительности выбор он делает.

Осуществляя педагогическую деятельность, т.е. деятельность по подготовке подрастающего поколения к жизнедеятельности на основе приобщения к ценностям человеческой культуры, учитель и сам должен обладать внутренней свободой и проявлять ответственность, а также должен формировать эти качества в своих учениках.

С целью определения отношения к свободе и ответственности будущих учителей в педагогической деятельности был применён такой метод

педагогического исследования, как анкетирование. Студентам педагогического университета – будущим учителям – был предложен список заданий, которые ученики могли бы выполнить самостоятельно. Необходимо отметить, что список появился в результате опроса первокурсников – недавних школьников, они сообщили, какие задания выполняли самостоятельно в старших классах средней школы.

В итоге из девяти заданий, которые старшеклассники выполняли самостоятельно, студенты выбрали всего пять: такие поручения, как сделать уборку в классе, подготовиться к празднику, проверить тетради других учеников, придумать школьный дресскод (Рис. 1).

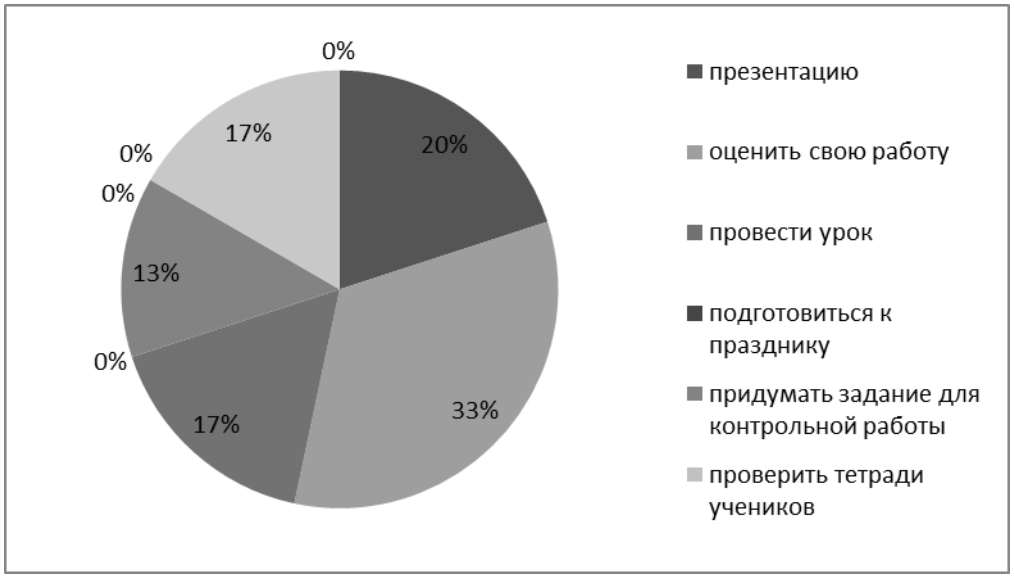

Рисунок 1 – Выбор студентами самостоятельных заданий для учащихся

Наибольшее количество опрошенных сошлись во мнении, что ученики могут самостоятельно оценить свою работу (33%), т.е. будущие учителя считают, что учащиеся способны в полной мере взять на себя ответственность за самооценку своей деятельности. В то же время студенты отказывают ученикам в возможности адекватно оценить деятельность своих товарищей (проверить тетради других учеников). Будущие учителя сомневаются, что ученики могут с достаточной долей ответственности подойти к критическому рассмотрению деятельности своих одноклассников.

Такое задание, как подготовка презентации по предложенной теме, рассматривается будущими учителями с точки зрения свободного и ответственного выполнения как вполне посильное для учеников (20%). Действительно, учащиеся свободны в выборе формы презентации, её стиля, визуальных и звуковых эффектов. Доступность технических средств и информационных ресурсов даёт возможность качественно и быстро, в срок приготовить презентацию.

Техническая оснащённость школ, наличие персональных компьютеров повлияли, по нашему мнению, и на то, что будущие учителя охотно могли бы

доверить школьникам оформление классного уголка (17%). Оформить классный уголок, подготовиться к празднику, придумать школьный дресскод – примеры творческой деятельности, но только оформление стенда признано будущими учителями заданием, к выполнению которого учащиеся могут подойти с большой долей свободы и ответственности.

Студенты полагают, что учащимся по силам самостоятельно провести урок (17%). Урок представляет собой сложный комплекс решения учебных задач, и требует тщательнейшей подготовки, следования определённой методической концепции. Возможно, будущие учителя ещё не в полной мере осознают роль урока в образовательном процессе, поэтому возлагают свои функции на учеников, давая им высокую степень свободы и возлагая огромную ответственность.

Подобным обстоятельством мы объясняем и выдвижение другого задания – подготовить задания для контрольной работы – в число заданий, доступных учащимся для самостоятельного выполнения (13%).

С целью более детального изучения того, как относятся будущие учителя к проявлению ответственности школьников, было предложено оценить это качество по пятибалльной шкале (максимальная оценка – 5 баллов, минимальная – 1). Данные, полученные в результате опроса (Рис. 2), показывают, что студенты не считают, что ученики способны максимально ответственно относиться к образованию (никто не оценил ответственность учащихся на 5 баллов, и только двое оценили это качество в 4 балла). Напротив, ответственность школьников оценивается довольно низко (по четыре человека присвоили значения 2 балла и 1 балл). Основное число опрошенных оценивает проявление ответственности учащихся как среднее (3 балла).

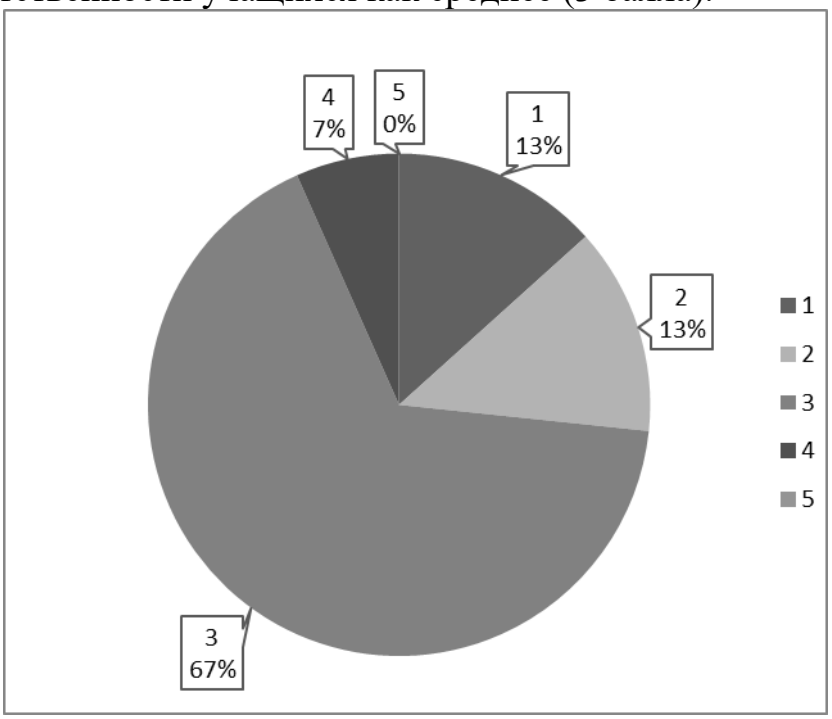

Рисунок 2 – Оценка будущими учителями ответственности современных учеников (в баллах 1 – минимальный балл,5 – максимальный балл)

Информация, полученная в ходе анкетирования и опроса, свидетельствует, что будущие учителя ещё не имеют достаточного опыта для того, чтобы адекватно соотносить возможность проявления свободы учащихся и необходимость возложения на себя ответственности. Студенты полагают, что ученики в основном берут на себя ответственность за выполнение индивидуальных, а не коллективных заданий. Будущие учителя сомневаются в ответственном отношении учеников к образованию.

Полученные эмпирические данные приводят к выводу о необходимости изменения отношения к свободе и ответственности будущих учителей в их педагогической деятельности.

Свободу и ответственность формируют такие виды деятельности, где пропорционально сочетаются коллективные и индивидуальные виды работы.

Таким образом, можно констатировать, что проведённое исследование выявило отношение будущих учителей к свободе и ответственности в педагогической деятельности. Студенты невысоко оценивают ответственность учеников, отказывают им в возможности в полной мере проявить свободу и ответственность, в связи с чем сами будущие учителя должны изменить своё отношение к свободе и ответственности в своей педагогической деятельности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Нестерова Т.Г., Ремизова В.Ф. Подходы и методы изучения профтоэкономического концепта «бедность» // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях Сборник научных трудов Тринадцатой Международной научно-практической конференции. 2018. С. 282-288.

2. Ремизова В.Ф., Нестерова Т.Г. Преемственность иноязычного образования в системе «школа – вуз» // Россия и Монголия: опыт и перспективы международной интеграции в образовании и науке. Сборник материалов международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и 80-летию победы битвы на Халхин-Голе. Под редакцией Н.В. Антиповой. 2019. С. 46-50.

3. Ремизова В.Ф., Худайгулова К.Р. Проблемы нормативного употребления паронимов в студенческой среде (на примере русского и английского языков) // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. 2019. С. 2534-2538.

4. Ханова Е. Ф. Свобода и ответственность в педагогической деятельности Е.Ф. Ханова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Оренбург: ОГУ, 2016. С. 2924–2929.

5. Шумилина Н.С. Программа формирования профессионально-этической направленности личности студента вузов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. 2012. № 4 (263). С. 121-123.

6. Шумилина Н.С., Гилазиева С.Р., Болотова М.И., Спасская И.Ю. К вопросу о формировании профессиональной ответственности средствами физической культуры // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова. Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2017. С. 226-234.

7. Nesterova T.G., Remizova V.F. Aspects of ecological education in foreign language classes // Сборник материалов международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и 80-летию победы битвы на Халхин-Голе. Под редакцией Н.В. Антиповой. 2019. С. 30-33.

УДК 378.147

Дидактические функции социальных медиа в учебном процессе в рамках актуальной информационно-образовательной среды

***Я.Е.Рупасова**, ст.преподаватель РАНХиГС при Президенте РФ, Финансового университета при Правительстве РФ, Россия, Москва*

Аннотация. В статье обосновывается роль информационно-образовательной среды в условиях процессов цифровизации социально-экономического пространства и необходимости реализации новых видов учебной деятельности. Рассматривается актуальность применения социальных медиа в педагогическом процессе с целью получения новых образовательных результатов, в частности сформированной готовности студентов бакалавриата к инновационной деятельности. Делается акцент на дидактических функциях социальных медиа и их возможностей, благодаря которым их можно рассматривать как современные эффективные электронные образовательные ресурсы.

Ключевые слова: дидактические функции, инновационная деятельность, информационно-образовательная среда, социальные медиа, студенты бакалавриата, электронно-образовательные ресурсы.

Abstract. The article justifies the role of the information and educational environment in the conditions of the digitalization of the socio-economic space and the need to implement new types of educational activities. The relevance of the application of social media in the pedagogical process is considered in order to obtain new educational results, in particular, the formed readiness of undergraduate students to innovate. Emphasis is placed on the didactic functions of social media and their capabilities, thanks to which they can be considered as modern effective electronic educational resources.

Keywords: didactic functions, innovative activities, information and educational environment, social media, undergraduate students, e-learning resources.

Введение

Современная эпоха цифровизации и актуальные ориентиры Правительства РФ на развитие высококомпетентных кадров с целью поддержания конкурентоспособности отечественной экономики и производственных мощностей (программа «Цифровая экономика РФ» на период до 2024г.), диктует высшей школе необходимость подготовки студентов

бакалавриата к новым видам профессиональной деятельности. В условиях новой социально-экономической формации, ориентированной на инновационное развитие общества и отраслей, одной из приоритетных направлений становится именно инновационная деятельность будущего специалиста.

Теоретическое изучение проблемы и ее практическая интерпретация.

Автор статьи в одной из своих работ подробно описывает роль высшего профессионального образования на этапе перехода российской экономики в креативную стадию цифровой экономики, где обществу понадобятся специалисты, настроенные на новое отношение к работе, на новое ценностное понимание – способность позиционировать рабочее место как поле индивидуального непрекращающегося развития, как структуру воплощения своего экзистенциального предназначения, как непосредственно способ находить смысл существования в мире с большой степенью неопределенности [1, с. 434].

Следует заметить, что инновационная деятельность неотделима от цифровых компетенций, а также подготовки студентов бакалавриата к использованию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в профессиональной деятельности.

Н.П.Исмаилова, П.К.Рамзанова, изучая условия цифровой экономики для модернизации образования, подчеркивают важность данных компетенций для формирования «человека новой формации» [2. с. 60].

Т.Н.Суворова акцентирует внимание на том, что роль происходяшей информатизации образования заключается в повышении его качества за счет новых видов учебной деятельности, в обеспечении условий для формирования у обучающихся способностей к самообразованию, для реализации вариативного образования, в котором личность будет воспринимать перемены, происходящие в быстро развивающейся техносфере, как норму, будет способна успешно действовать в мире технологических, информационных и социальных ускорений [3. с. 53].

Т.Н.Суворова замечает, что для подготовки обучающихся к новым видам деятельности, необходимы иные образовательные условия, в частности – условия, которые предоставляет информационно-образовательная среда, ведь традиционная образовательная парадигма не может предложить решение вопроса о достижении новых образовательных результатов [3, с. 54].

Именно информационно-образовательная среда имеет большой образовательный потенциал, за счет наличия в ней электронных образовательных ресурсов (ЭОР). О воздействии информационной среды на ее участников как о триггере активного субъектного начала говорил Ю.А.Шрейдер [4, с. 54-55].

Из большого количества определений информационно-образовательной среды нам близко определение П.Д.Рабиновича, который понимает ее как систему инструментальных средств и ресурсов, обеспечивающих условия для

реализации образовательной деятельности на основе ИКТ [5, с. 23]. Напомним, что информационная среда, включая социальные медиа, может быть частью информационно-образовательной среды, если она имеет образовательные цели. В данном случае цели формирует педагог исходя из задач учебного проектирования, например, одна из педагогических задач может быть задача по формированию готовности студентов бакалавриата к инновационной деятельности, и, исходя из видения способов решения дидактических задач, педагог подбирает учебные средства.

Выбор учебных средств зависит не только от целей педагога, но и от индивидуальных потребностей обучающихся, их интересов, мотивов, психологических характеристик – особенностей типа мышления, а также от более глобальных аспектов – таких, как социальный запрос общества и государства, а вместе с тем и стратегической цели государства по развитию общества. В этом смысле ЭОР замыкают на себе все перечисленные требования и ориентиры.

Также напомним, что ЭОР сейчас называют цифровыми образовательными ресурсами, но важно отметить, что на этот счет существует как минимум два разных мнения педагогов отечественной школы:

1) некоторые исследователи считают, что ЭОР – масштабнее, чем цифровые ресурсы, поскольку современные технологии наряду с цифровыми используют и аналоговые системы в том числе по причине экономии энергии или сокращения расходов [3, с. 78];

2) а некоторые исследователи, наоборот, считают, что цифровые ресурсы шире, чем электронные, поскольку они пронизывают все процессы, места и форматы образования [6, с.9].

Противоположные точки зрения на типизацию ресурсов по масштабности их влияния объясняют, на наш взгляд, два совершенно разных критерия категоризации ЭОР и цифровых ресурсов, использованных в данном случае: в первом случае за основу взят сугубо технический критерий, во втором – критерий на основе степени влияния процесса цифровизации на систему образования в целом.

Поскольку ЭОР включают Интернет-ресурсы, то предметом нашего дидактического интереса являются социальные медиа сегодняшнего дня в качестве ЭОР, а именно:

- социальные сети (LinkedIn, VКонтакте);
- приложения с элементами социальной сети;
- веб-блоги (LiveJournal), микроблоги (Twitter);
- службы обмена данными (YouTube, RuTube, Flicker и т.п.);
- социальные базы данных (Википедия);
- кроссплатформенные мессенджеры или блог-платформы (Telegram).

Говоря о социальных медиа как об актуальных и эффективных современных ЭОР или цифровых ресурсах, мы имеем ввиду их полифункциональность и направленность на реализацию образовательных

целей. То есть, подчеркнем, что, с нашей точки зрения, социальные медиа могут являться эффективными, актуальными электронными образовательными ресурсами при условии использования их дидактических возможностей для получения образовательных результатов по формированию навыков новых видов деятельности, в том числе инновационной деятельности.

Среди выделенных Т.Н.Суворовой ряда основных дидактических функций ЭОР, с точки зрения реализации данных функций через социальные медиа нас интересуют следующие: реализация новых видов учебной деятельности, предоставление возможности преломления путей взаимодействия между субъектами образовательного процесса, расширение образовательного контента [3, с.79].

Охарактеризуем подробнее специфику реализации данных функций через применение социальных медиа как ЭОР в учебном процессе:

1) Итак, **реализация новых видов учебной деятельности.**

Инновационная деятельность – это новый вид деятельности, направленный на овладение приемами инновационного мышления, развитие инновационного потенциала личности, критического мышления, проектирования инновационных способов решения той или иной задачи и реализация инновационных практик.

Социальные медиа, расширяя содержательное наполнение учебного процесса, способствуют формированию навыков инновационной деятельности благодаря наличию инновационного контента, комплексному аудио-визуальному способу подачи информации, имеющей образовательный характер. Одновременно применение социальных медиа в учебном процессе способствует формированию общих умений, обобщенных способов учебной, познавательной, коммуникативной, практической, творческой деятельности, критического мышления.

2) Индивидуализация учебного процесса.

Индивидуализация учебного процесса выступает за принятие во внимание индивидуальных мотивов, способностей студентов бакалавриата. Социальные медиа позволяют реализовать индивидуальные особенности студентов в большей мере через обеспечение педагогу высшей школы свободы действий в выборе сложности и объема содержания информационного контента. Например, официальный аккаунт Всемирного экономического форума в г.Давос (Швейцария), верифицированный контент которого располагается на Интерне-платформе YouTube, предлагает и преподавателю, и студентам бакалавриата кладезь инновационных идей, которые могут стать основой для научно-исследовательских работ, междисциплинарных проектов. Содержание материала диверсифицировано и отвечает потребностям любого уровня – начиная от распространения на планете энергосберегающих технологий и возможностей 3D-технологий в строительстве и медицине, заканчивая инновационными способами продаж современных продуктов и т.д.

Каждый студент найдет здесь материал, представляющий для него индивидуальную и экзистенциальную ценность.

3) Изменение формы взаимодействия участников образовательного процесса.

Во-первых, социальные медиа предлагают реализацию личностно-ориентированной модели обучения в самом идеальном ее понимании. Социальные медиа могут предложить конкретный контент с ориентиром на индивидуальные интересы обучающихся с более качественной возможностью проектирования индивидуальной траектории развития каждого обучающегося. Во-вторых, благодаря яркому индивидуальному характеру контента, формирование различных видов мыслительных операций – анализ, синтез, сравнение, абстракция, конкретизация, обобщение, классификация выходит на новый уровень и, как следствие, взаимодействие между преподавателем и студентами благодаря грамотному педагогическому сопровождению становится иного свойства: непредвзятым, независимым, решительным, четко аргументированным, равноправным. У обучающихся развиваются навыки самоконтроля, а на первый план выходит совместная деятельность преподавателя и студентов.

4) Расширение образовательного контента.

Возможности социальных медиа расширяют наполнение образования за счет включения новой тематики, отражающей современные научные достижения, знакомство с которыми и изучение которых ранее не представлялось возможным. Например, рассмотрим материал частного некоммерческого фонда TED, известный на весь мир своими ежегодными конференциями. Миссия данного фонда состоит в распространении уникальных идей, а контент помимо собственного вебсайта фонда представлен и на видеохостинге YouTube в частности. Данный материал служит уникальным примером инновационного поведения, мотивируя студентов на инновационные достижения.

Следует заметить, что социальные медиа – это не линейное представление информации, и именно эта особенность социальных медиа позволяет значительно увеличивать объем инновационного материала для студентов бакалавриата, а также максимизировать его качество, яркость, расширить тематику и способы его представления. Наличие социальных медиа в информационном пространстве облегчает поиск информации и ее интерпретацию.

Вывод.

Очевидно, что отмеченные функции социальных медиа как современных электронных образовательных ресурсов не изолированы друг от друга, они взаимопроникающие, и это бесспорно составляет определенное преимущество данных педагогических средств с точки зрения системного подхода в педагогике.

Делая вывод, мы отмечает, что представленные функции социальных медиа отражают их дидактические возможности, которые по истине безграничны в современных условиях расцвета информационного пространства и разнообразия социальных медиа. Возможности социальных медиа прежде всего направлены на реализацию новых видов учебной деятельности на более высоком качественном уровне.

Формирование готовности студентов бакалавриата к инновационной деятельности средствами социальных медиа развивает когнитивные умения, творческое мышление, критическое мышление, что позволит обучающимся в дальнейшем не только стать конкурентоспособным специалистом в выбранном виде профессиональной деятельности, но и определяет этот выбор, выбор в сторону приоритета инноваций в перспективе своего профессионального развития и карьеры.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1) Рупасова Я.Е. Проблема экзистенциального выбора студентов бакалавриата в условиях цифровизации образовательного процесса // Проблемы психологического благополучия: сб. трудов международной научной конференции. Екатеринбург, 2021. Изд-во: Уральский гос. пед. университет (Екатеринбрг) URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45830391 (дата обращения: 07.03.2022).

2) Исмаилова Н.П., Рамзанова П.К. Модернизация образования в условиях цифровой экономики // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80). С. 59-60.

3) Суворова Т.Н. Актуальные направления подготовки учителей к проектированию и использованию электронных образовательных ресурсов. М.: Изд-во ООО «Образование и информатика», 2016. 222 с.

4) Шрейдер Ю.А. Социокультурные и технико-экономические аспекты развития информационной среды // Информатика и культура: сб.ст. Новосибирск: Наука, Сибирское отделение, 1990. С. 50–81.

5) Рабинович П. Д. Как рождается техносфера // Образовательная политика. 2012. № 1. С. 18–42.

6) Данилова Л.Н., Ледовская Т.В., Солынин Н.Э., Ходырев А.М. Основные подходы к пониманию цифровизации и цифровых ценностей // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2020. Т.26, № 2. С.5–12.

УДК 001.89

Результаты статистического анализа организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ

***А.А. Снатенков**, к.э.н., доцент*
***Д. П. Стройнов**, студент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье проводится анализ ряда параметров, влияющих на количество организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ. Доказано, что ключевым фактором развития является

удельный вес публикаций российских авторов, индексируемых Scopus, что можно рассматривать с одной стороны, как положительный аспект – рост публикационной активности российских ученых в зарубежных журналах, с другой стороны количественный рост не всегда сохраняет качественные характеристики.

Ключевые слова: наукометрия, организации осуществляющие научно-исследовательские разработки, регрессия.

Annotation. The article analyzes a number of parameters that affect the number of organizations engaged in research and development in the Russian Federation. It is proved that the key factor of development is the proportion of publications of Russian authors indexed by Scopus, which can be considered on the one hand as a positive aspect - the growth of publication activity of Russian scientists in foreign journals, on the other hand, quantitative growth does not always preserve qualitative characteristics.

Keywords: scientometrics, organizations engaged in research and development, regression.

Наука и ее разработки выступают движущей силой развития экономики страны. Число организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки являются важным показателем, характеризующим состояние научной деятельности страны и оказывает прямое влияние на количество и качество научных исследований и разработок, а также на удельный вес населения, занятого в данной сфере деятельности. Оценка динамики организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ за период 2009-2020 гг. (рис. 1) показала стабильный рост, который составил в среднем 2,15% [1]. Самый активный рост количества организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ наблюдался 2015г. – активный ввод санкций и эмбарго на ряд товаров и услуг. Научное сообщество было призвано к решению в том числе и этой проблемы.

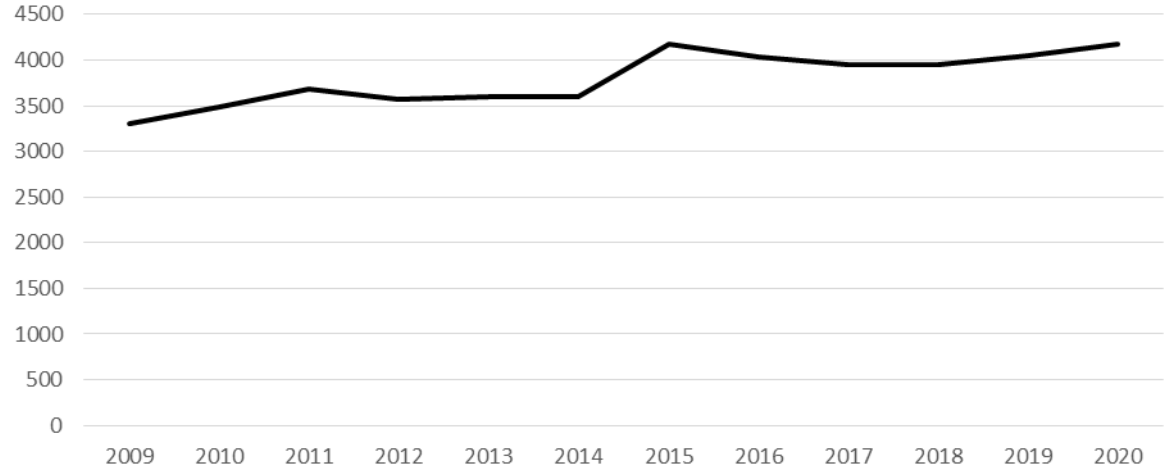

Рисунок 1 – Динамика количества организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ, ед.

Одним из методов, позволяющих провести оценку влияния показателей на число организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки, выступают методы стохастического факторного анализа. На величину числа организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки, оказывает влияние большой массив признаков-факторов.

Для осуществления стохастического факторного анализа была сформирована группа показателей:

У – число организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки;

X1 – процент от численности населения РФ, занятого в научной сфере;

X2 – число организаций государственного сектора науки;

X3 – удельный вес публикаций российских авторов, индексируемых Scopus;

X4 – темп роста разработок инноваций.

	y	X1	X2	X3	X4
y	1				
X1	0,8299	1			
X2	0,7915	0,5048	1		
X3	0,8433	0,9578	0,5048	1	
X4	0,8607	0,9204	0,6955	0,9113	1

Рисунок 2 – Корреляционная матрица влияния факторов на число компаний, осуществляющих научно-исследовательские разработки

На основании построенной матрицы парных коэффициентов корреляции, представленной на рисунке 2, можно провести отбор факторов на основе которых будет построена стохастическая факторная модель.

По результатам корреляционного анализа была выявлена зависимость факторов друг с другом, таких как r_{x1x3}, r_{x1x4}, r_{x3x4}, по которым зависимость более 0,7, что позволяет сделать вывод на наличие интеркорреляции. С применением методов построения уравнения зависимости, нами был отобран факторный признак x_3 – удельный вес публикаций российских авторов, индексируемых Scopus.

Исходя из результата регрессионного анализа, было получено уравнение зависимости: $Y = 0{,}01795 + 0{,}010075X3$

Анализ зависимости показал, что с ростом величины удельного веса публикаций российских авторов публикаций, индексируемых Scopus число организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки увеличивается на 0,010075% (рис. 3).

ВЫВОД ИТОГОВ							
Регрессионная статистика							
Множественный R	0,861612595						
R-квадрат	0,742376263						
Нормированный R-квадрат	0,71661389						
Стандартная ошибка	0,004881837						
Наблюдения	12						
Дисперсионный анализ							
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Значимость F*		
Регрессия	1	0,00068676	0,000687	28,816299	0,000315386		
Остаток	10	0,000238323	2,38E-05				
Итого	11	0,000925083					
	Коэффициенты	*Стандартная ошибка*	*t-статистика*	*P-Значение*	*Нижние 95%*	*Верхние 95%*	
Y-пересечение	0,017948991	0,004706502	3,813658	0,0034087	0,007462251	0,028435731	
x3	0,010075525	0,001876932	5,368082	0,0003154	0,00589346	0,014257591	

Рисунок 3 – Результаты регрессионного анализа

В нынешних условиях на наличие числа организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки из представленных факторов, оказывает удельный вес публикаций российских авторов, индексируемых Scopus (74,2%), а на другие признаки-факторы, которые существуют приходится 25,8% и которые не учтены в модели.

Построенную на основе уравнения регрессии модель необходимо подвергнуть проверке на адекватность с помощью сравнения расчетного t-критерия Стьюдента каждого параметра уравнения регрессии с табличным значением t-критерия Стьюдента. На основании данных представленных на рисунке 3 можно отметить, что значения расчетного t-критерия Стьюдента параметров уравнения регрессии составили 3,8 и 5,3 соответственно. Данные значения расчетного t-критерия Стьюдента превосходят значение табличного t-критерия Стьюдента, составившее 2,22, при уровне значимости 0,05 [2].

Также анализ адекватности всей модели осуществляется посредством сравнения значения расчетного F-критерия со значением табличного F-критерия. Исходя из данных представленных на рисунке 3 значение расчетного F- критерия составило 28,82, что значительно превосходит значение табличного F- критерия, составившие 4,96, при уровне значимости 0,05. Представленные сравнения позволяют сделать вывод о том, что построенная модель адекватна, а также все коэффициент регрессии значим, это значит, что данная модель может использована для дальнейших научных разработок и исследований.

Проведенный статистический анализ количества организаций, осуществляющих научно-исследовательские разработки в РФ, показал, что главнейшим фактором их развития является учет индексации публикаций российских ученых в международных базах данных. Однако не всегда можно оценивать, как положительную тенденцию в виду появления и активизации работы журналов низкого качества, что ведет к потери качественных

характеристик результатов научных исследований [3]. Министр науки и высшего образования РФ В. Фальков в ходе встречи с ректорами вузов объявил о том, что Правительство России согласилось с предложением Минобрнауки России приостановить в 2022 году учет индексации публикаций российских ученых в международных базах данных и участия в зарубежных научных конференциях. Также Минобрнауки России рассматривает вопрос создания Национальной системы оценки результативности научных исследований и разработок.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гохберг Л.М., Дитковский К.А., Евневич Е.И. Индикаторы науки 2020: статистический сборник. Москва, НИУ ВШЭ, 2020

2. Снатенков А.А., Абрамов С.Ю., Лекарева Ю.С. Оценка эффективности финансовой политики в сфере высшего образования // Экономика и предпринимательство. 2018. № 1 (90). С. 908-914.

3. Кулешова А. В., Подвойский Д. Г. Парадоксы публикационной активности в поле современной российской науки: генезис, диагноз, тренды // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 4. С. 169-210.

УДК 372.854

Использование дистанционно-образовательных технологий в школьном курсе при обучении химии

О.А. Фарус, *к.х.н., доцент*

А.С. Ткалич, *студент*

Оренбургский государственный педагогический университет, Россия

Аннотация. Стремительное развитие информационных технологий и распространение технического прогресса оказывает влияние на многие сферы жизни человека, включая и образование. За счёт этого ежедневно продолжается внедрение дистанционных образовательных технологий в учебный процесс, что позволяет расширить возможности обучающихся к самообучению и обучению по индивидуальному графику.

Ключевые слова: дистанционное обучение, химическое образование, онлайн-обучение, медиа-технологии.

Abstract. The rapid development of information technology and the spread of technological progress has an impact on many areas of human life, including education. Due to this, the introduction of distance learning technologies into the educational process continues daily, which allows students to expand their opportunities for self-study and learning according to an individual schedule.

Keywords: distance learning, chemical education, online learning, media technologies.

Дистанционное обучение химии, точно также, как и классическое, невозможно без наглядных экспериментов и различных пособий (например, модели атомов, молекул). На основании этого в дистанционном обучении выделяется ряд положительных сторон.

Во-первых, используя медиа-технологии, педагог обладает замечательной возможностью для показа опытов с взрывчатыми или токсичными веществами, впечатляющих демонстраций, исполнение которых в аудитории с учениками невозможно по технике безопасности. Сходные интерактивные презентации в классе вероятны только в том случае, когда кабинет оборудован подходящей техникой (мультимедиа, компьютер, проектор и т.п.). Однако, качество воссоздания материала на персональных компьютерах, используемых при дистанционном образовании, заметно выше. Кроме того, учащийся располагает возможностью повторного просмотра и перемотки в случае, когда не получилось проанализировать какие-нибудь тонкости опыта с первого раза. К тому же, все эксперименты возможно пересматривать неоднократно, поделится видеофайлами с товарищами в социальных сетях и блогах, участвовать в их обсуждении. Такая социальная активность позитивным образом влияет на усвоении материала, а еще на социальной адаптации учеников [1].

Во-вторых, демонстрируемые исследования могут обладать большой продолжительностью, значительно выходящую из временных рамок урока. Например, эксперимент по кристаллизации, называемый «сад кристаллов» продолжается около 5-7 дней, что обусловлено низкой скоростью роста кристаллов. При помощи веб-камеры возможно организовать потоковую передачу выполнения опыта в интернете. Это позволит обучающимся время от времени прослеживать и анализировать ход эксперимента только лишь нажатием нескольких клавиш компьютера.

В-третьих, интерактивные пособия и модели позволяют учащемуся дистанционной формы лучше вникать в обсуждаемую проблему, более эффективно принимая во внимание индивидуально-психологические особенности личности. В отличие от коллективного применения подобных пособий в традиционном классе, тут имеет место индивидуальное обучение, со всеми его преимуществами. Любой ученик, абсолютно свободно от других учащихся, располагает возможностью работы с подобными пособиями.

Эффективность реализации дистанционного обучения напрямую зависит от наличия специальных средств обучения. В качестве таких средств в настоящее время получили широкое распространение электронные учебники, учебно-методические комплексы с мультимедийным сопровождением, виртуальные лаборатории, контрольно-тестирующие комплексы и т.д. [2, 3].

Необходимо отметить, что отсутствие прямого контакта между учителем и обучающимся, приводит к возникновению сильной зависимости успеваемости школьников от их мотивации, а также к необходимости разработки таких форм итогового контроля, которые не связаны с воспроизведением материала.

Отмеченные особенности необходимо учитывать при разработке дистанционных курсов по химии. Химия как дисциплина сложна наличием большого числа формул и новых терминов, не отличающихся наглядностью. Это приводит к снижению мотивации к изучению химии. Но с другой стороны в химии присутствует большое число ярких, красочных опытов и синтезов, что способствует повышению мотивации к изучению дисциплины. При разработки дистанционных курсов очень важно соблюдать баланс между сложным теоретическим материалом и развлекательными яркими экспериментами.

Важно не заменить науку лишь сливанием цветных растворов, коллекционированием интересных фактов, для привлечения внимания школьников, вдобавок ещё и опасно. Следовательно, главное, что следует учитывать при создании дистанционных обучающих курсов по химии – во-первых, сочетание высокого уровня изучаемого материала, во-вторых, его привлекательность.

Для решения поставленных задач интернет-технологии являются замечательным инструментом, открывая учителю возможность прослеживать каждое действие учащегося во время дистанционного обучения красочными картинками – веществами и превращениями этих веществ не исключительно в сложных терминах и уравнениях, а еще и на иллюстрирующих снимках и видеороликах.

Классическое обучение во многом базируется на запоминании и воссоздании изученного материала. Но подобная система давно устарела, но тем не менее подкрепляется применением в ЕГЭ и ГИА, побуждая учителей и репетиторов обучать детей заучивать факты и отбирать их из ограниченного количества вариантов.

Большинство учителей уверены, что, в дистанционном формате во время выполнения контрольных работ и тестирований не в классе под надзором, учащиеся «все списывают с интернета», и потому полагаться на дистанционный контроль вообще нельзя. Вероятность списывания конечно существует, но недоверие к результатам контроля понятно только для заданий, сводящихся к изложению изученного материала.

Во время дистанционного обучения эффективно применяются расчетные задачи, задания на объяснение предложенных фактов, на построение закономерного вывода, творческие задания, которые могут располагать более чем одним правильным решением.

Дистанционное образование дает существенно больше вариантов взаимодействия учителей и обучающихся, чем классическое заочное. Классическая для заочной школы переписка учителя и обучаемого происходит заметно эффективнее, так как нет необходимости в доставке почты. Ученик достаточно оперативно получает обратную связь к своим работам, ответы на возникшие вопросы и т.д. Кроме того, обучающиеся всей группы могут взаимодействовать на тематических семинарах, где происходит разбор заданий, которые вызывают наибольшие затруднения, и обсуждение проблемных

вопросов по теме. Как показывает практика, уже много лет режим видеоконференции успешно применяется для проведения онлайн-уроков для классов, находящихся на карантине или домашнем обучении [4].

Онлайн-лекции дают возможность не останавливать учебный процесс у школьников, даже если учитель находится на больничном или в отъезде. Но как показал опыт, онлайн-семинар, который проходит после самостоятельного изучения темы учащимися, существенно более результативен по сравнению с обычной лекцией.

Школьники обучаются для улучшения своих знаний, подготовки к экзаменам и предметным олимпиадам. В таком формате нет необходимости в отслеживании, самостоятельно ли ученик выполняет задания, ведь, прежде всего в его интересах каков будет результат обучения.

Однако, дистанционное обучение химии как единственная форма химического образования не может быть полным, ведь практика без руководства учителя и базового знании материалов невозможна.

Чтобы хотя бы частично восполнить этот недостаток дистанционного обучения, проводятся демонстрации видеороликов с экспериментами или же применяется виртуальный эксперимент. Но следует не забывать, что чем младше школьник, тем сильнее у него интерес проводить опыты самому. Основываясь на этом факте, в курс «Введение в химию» для восьмиклассников были введены рекомендации по наиболее безопасным экспериментальным работам, которые школьник может проделать сам, в домашних условиях, руководствуясь теми веществами и посудой, которые имеются в каждом доме.

К примеру, при изучении темы: «Признаки химических реакций» в 8 классе, можно посоветовать учащимся провести в домашних условиях реакцию между содой и уксусной кислотой, последить как происходит процесс скисания молока, горения спички, ржавления гвоздя.

Конечно же, наиболее необходима экспериментальная часть в более старших классах. Но, исходя из программы обучения, в этих классах проводятся более серьезные эксперименты, которыми невозможно руководить дистанционно. Кроме того, переписка в мессенджере не заменяет личное общение с учителем, а эксперимент, проведенный в домашних условиях не даст тот эффект, который ученик мог бы наблюдать в стенах школы.

Таким образом, каждая из форм обучения имеет свои преимущества и недостатки. Анализ опыта педагогов показывает, что дистанционная форма обучения менее эффективна и результативна по сравнению с осной формой обучения. В рамках химического образования это обусловлено необходимостью развития навыков проведения эксперимента и навыков работы с веществами и реагентами. Компенсировать рассмотренные недостатки дистанционного обучения в рамках химического образования можно путем применения красочных фото- и видеороликов, экспериментов, проведенные в домашних условиях, а также сочетание дистанционных занятий с очными.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сраго И.А. Об опыте ведения практических занятий по химии при дистанционном обучении во время пандемии // Современное образование: содержание, технологии, качество. – 2021. – Т. 1. – С. 174-175.

2. Кузнецова Р.В. Использование средств дистанционного обучения при преподавании химии // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 67-3. – С. 112-113.

3. Марейченко М.А. Особенности дистанционного обучения в общеобразовательных школах современной России // Актуальные проблемы социогуманитарного образования: сборник статей. Екатеринбург: [б.и.], 2021. – С. 158-163.

4. Казакова В.Н., Карюкина С.В., Звягин М.Г. Проектирование индивидуальных образовательных траекторий обучающихся в системе дистанционного обучения в школе // Академический вестник. Вестник Санкт-Петербургской академии постдипломного педагогического образования. – 2017. – № 1(35). – С. 35-42.

УДК 378

Развитие студенческих компетенций с помощью системы дополнительного образования вуза

И.Ю. Шахова*, к.э.н., доцент*
Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Сегодня все более актуален вопрос вовлечения студентов в будущую профессиональную деятельность. Помочь в этом может система дополнительного образования вуза, которая является белее мобильной, чем основные профессиональные образовательные программы по направлениям и профилям подготовки наших выпускников. В статье обсуждаются вопросы, связанные с развитием студенческих профессиональных компетенций с помощью системы дополнительного образования и разработки новых программ профессиональной переподготовки.

Ключевые слова: система дополнительного образования вуза, компетенции, профессиональный стандарт, программа профессиональной переподготовки.

Abstract. Today, the issue of involving students in future professional activities is increasingly relevant. The system of additional education of the university, which is more mobile than the main professional educational programs in the areas and profiles of training of our graduates, can help in this. The article discusses issues related to the development of student professional competencies through the system of additional education and the development of new professional retraining programs.

Keywords: the system of additional education of the university, competencies, professional standard, professional retraining program.

Нынешние студенты-выпускники могут быть более востребованными на рынке труда в том случае, если у них сформированы так называемые дополнительные профессиональные компетенции. Существовавшая ранее квалификационная модель выпускника вуза была нацелена на получение квалификации и была четко ориентирована на предмет профессиональной деятельности. Компетентностный подход требует от вуза формирования такого выпускника, который сможет адаптировать полученные знания, умения и навыки к изменяющимся условиям своей профессиональной деятельности.

Еще одним значимым отличием двух моделей образования является переход от академических образовательных технологий к инновационным, к числу которых относятся: проектное обучение, интерактивные технологии, модульная система в обучении, тьюторство, дебаты и другие.

Конечно же, нельзя с полной уверенностью утверждать, что существующая компетентностная модель себя полностью оправдала. Здесь есть свои плюсы и минусы. Так, в своей статье Чернышев П.С. отмечает следующие недостатки компетентностного подхода в образовании: недостаточное развитие научно-логического и аналитического мышления у студентов; отсутствие педагогических компетенций у преподавателей вузов; недостаточное количество научно-методических источников [3].

Решение проблемы по повышению профессионального уровня выпускника вуза возможно через программы дополнительного образования. Причем, эти программы могут быть продолжением и связующим элементом отдельных дисциплин вариативной части основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению обучения студента.

Практическая реализация подобных программ для студентов старших курсов в Ивановском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова подтвердила их эффективность. Главный принцип, заложенный в разработку этих программ, заключается в соблюдении согласованности с действующими профессиональными стандартами и ОПОП. Образовательный процесс организован на базе актуальной модульной системы, что привлекает не только студентов, но и внешних потребителей — коммерческие и государственные организации [6, 7].

В нашем вузе реализуются программы повышения квалификации от 72 часов и более, а также программы профессиональной переподготовки объемом от 252 часов. Их спектр достаточно широк и мобилен, поскольку учитываются конкретные пожелания заказчиков. Особенно востребованы стали продукты дополнительного образования в период пандемии с 2019 года по настоящее время. Обучение в этот период, в основном, осуществлялось с использованием дистанционных образовательных технологий. Однако, с момента ослабления антиковидных мер по отдельным программам для лучшего эффекта заказчики просят использовать смешанные формы обучения — дистанционные и очные. Это относится к следующим программам: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит: теория и практика преподавания в высшей школе», «Кадровый

документооборот. 1С Зарплата и управление персоналом», «1С Предприятие», «Основы предпринимательской деятельности», «Налоги в экспортной деятельности».

Среди студентов востребованными очными программами стали: «1С Предприятие», «Основы предпринимательской деятельности» и «Эксперт в сфере закупок». Обучение проходит на базе Ивановского филиала РЭУ с использованием лицензионных программ и интерактивных методов, его длительность составляет от 1 до 3 месяцев. Если это была программа повышения квалификации, то студент получает удостоверение, а если программа профессиональной переподготовки, то диплом установленного образца, но только после получения основного диплома об обучении по ОПОП.

Следует отметить преимущества действующей системы дополнительного образования Ивановского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова:

- эффективно функционирующий отдел дополнительного образования, который регулярно проводит мониторинг востребованных программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки на рынке образовательных услуг;

- непрерывное повышение квалификации педагогических кадров, работающих в системе дополнительного образования;

- модульная структура курсов, которая может трансформироваться под требования заказчика;

- все программы разработаны с учетом требований профессиональных стандартов и компетентностного подхода;

- практико-ориентированность программ, которая позволяет слушателям развить практические навыки работы с современными бухгалтерскими, финансово-аналитическими и информационно-справочными системами;

- наличие корпоративного обучения по программам «Экономика и управление в бюджетных организациях», «Государственное и муниципальное управление», «Антикоррупция. Противодействие коррупции в системе государственной и муниципальной службы»;

- использование методических инноваций, которые размещены в электронной образовательной среде нашего филиала по каждой дополнительной образовательной программе, их нормативно-правовое обеспечение, наличие электронных и образовательных комплексов, а так же тестовых электронных баз для самоподготовки слушателей;

- регулярное обновление методических разработок с учетом изменений в законодательстве и требований заказчиков [5].

В настоящее время ведется работа по созданию новой программы профессиональной переподготовки «Специалист сферы государственной молодежной политики». Ее основная целевая аудитория — бакалавры выпускного курса высшего и среднего специального образования, магистранты и все желающие трудоустроиться в органы и учреждения сферы молодежной политики. Квалификационные требования к выпускникам программы

определяются профессиональным стандартом «Специалист по работе с молодежью» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.02.2020 г. № 59н) [1] и единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих (утвержден приказом Минздравсоцразвитием Российской Федерации от 28.11.2008 г. № 678) [2]. Основные учебные модули программы будет включать в себя изучение следующих актуальных вопросов:

- социология молодежи,
- государственная молодежная политика в Российской Федерации и ее правовое обеспечение,
- гражданское и патриотическое воспитание молодежи,
- молодежные движения в России и за рубежом,
- адаптация и социализация молодежи,
- социальные проблемы семьи и детства,
- профессиональная деятельность специалиста по работе с молодежью.

Данная программа профессиональной переподготовки «Специалист сферы государственной молодежной политики» позволит вузу не только привлечь заинтересованных студентов, но и оказать опосредованное влияние на весь его молодежный коллектив. Это особенно важно в современной ситуации, когда гражданско-патриотическому воспитанию стало уделяться повышенное внимание.

Резюмируя сказанное, следует отметить, что система дополнительного образования должна активно развиваться и совершенствоваться, привлекая студенческое сообщество и учитывая их потребности в образовании. Поскольку за молодым поколением будущее нашего государства, то мы должны сейчас предоставить им возможность профессионального выбора и совершенствования их дополнительных профессиональных компетенций.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.02.2020 г. № 59н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с молодежью» [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/ - (дата обращения 20.03.2022 г.).

2. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 05.05.2008 г. N 216н г. Москва "Об утверждении профессиональных квалификационных групп должностей работников образования" [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/ - (дата обращения 20.03.2022 г.).

3. Чернышов, П. С. Недостатки компетентностного подхода в высшем образовании / П. С. Чернышов // Современное педагогическое образование. – 2019. – № 7. – С. 28-29.

4. Егоров В.Н., Шахова И.Ю. Дистанционное обучение как средство повышения конкурентоспособности вуза (организационно-методический и правовой аспекты) // Теоретическая экономика. 2018. № 5 (47). С. 47-54.

5. Егоров, В. Н. Применение дистанционных образовательных технологий при реализации программ дополнительного профессионального образования / В. Н. Егоров, И. Ю. Шахова, В. П. Тихомирова // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. – 2017. – № 13(29). – С. 71-79.

6. Егоров, В. Н. Развитие инновационных подходов к системе дополнительного профессионального образования / В. Н. Егоров, В. П. Тихомирова, И. Ю. Шахова // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. – 2017. – № 13(29). – С. 66-71.

7. Шахова, И. Ю. Роль дистанционных образовательных технологий в развитии системы дополнительного образования / И. Ю. Шахова // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы : Сборник статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала экономического университета Г.В. Плеханова, посвященной Году науки и технологий - 2021, Иваново, 13–15 апреля 2021 года. – Иваново: Ивановский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова", 2021. – С. 32-36.

УДК 378

Адаптационные возможности физической культуры и спорта в образовательном процессе вуза

***Шумилина Н.С**., к.п.н., доцент,*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В Плеханова, Россия
***Гилазиева С.Р**., к.п.н., доцент,*
Оренбургский государственный университет, Россия
***Симоненков В.С**., к.б.н., доцент,*
Оренбургский государственный университет, Россия

Аннотация. В настоящем исследовании раскрываются вопросы важности физических нагрузок и их влияние на общее состояние здоровья студентов. Рассматривается проблема адаптационных возможностей физической культуры и спорта в образовательном процессе вуза; компенсация физической активности в современных реалиях жизни. В рамках проведенной работы выявлены противоречия между большими возможностями занятий физической культурой и спортом, и снижением уровня физических показателей и уровня здоровья обучающихся. Даны рекомендации для повышения двигательной активности студентов.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, адаптация, здоровье, здоровый образ жизни, студенты.

Annotation. This study reveals the importance of physical activity and its impact on the overall health of students. The problem of adaptive capabilities of physical culture and sports in the educational process of the university is considered; compensation of physical activity in the modern realities of life. As part of the work carried out, contradictions were revealed between the great opportunities for physical culture and sports and a decrease in the level of physical

indicators and the level of health of students. Recommendations are given to increase the motor activity of students.

Keywords: physical culture, sports, adaptation, health, healthy lifestyle, students.

За последние десятилетия увеличился дефицит двигательной активности студенческой молодежи, что отрицательно сказывается на состоянии здоровья, уровне физического развития и физической подготовленности [6].

Из-за сложившейся на данный момент ситуации в нашей стране и в мире, у многих людей появилась возможность заниматься физической культурой и спортом. Иными словами, если раньше кто-то оправдывал свое безучастие в поддержании здорового образа жизни отсутствием свободного времени, в том числе вынужденными постоянными перекусами, то сегодня это уже не причина.

Условия самоизоляции позволили нам понять, что заниматься своим телом, саморазвитием, контролировать питание, совершенствовать себя жизненно необходимо.

Физическая культура стимулирует позитивные изменения в организме, в результате чего формируются двигательные способности и физические качества, необходимые для жизнеобеспечения организма.

Тема статьи является актуальной на сегодняшний день как никогда. Несмотря на то, что вынужденное пребывание дома дает возможность заниматься своим здоровьем, экономя время на перемещения, однако при этом, отнимает регулярные прогулки, в том числе вынужденное передвижение, например, от дома до места учебы или работы и обратно, которым можно было каждый день «набирать» более 10 тыс. шагов. К таким противоречиям человеку необходимо приспособиться, чтобы не нанести вред своему организму. По информации, опубликованной Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) ежедневные проделанные 10 тыс. шагов - это способ, чтобы достичь минимального уровня физической активности [1]. Так, если вы совершаете в день менее 5 тыс. шагов – то ваш образ жизни можно назвать сидячим, от 5 тыс. до 7499 – это всё еще низкая физическая активность. Далее – чем больше вы ходите, тем лучше, самая низкая планка активного образа жизни, поддерживающего ваше здоровье – 10 тыс. шагов.

Таким образом, возникла дилемма: практически у большинства в этот непростой период – именно сидячий образ жизни, а с учетом того, что проходят месяцы – это существенно может сказаться на здоровье организма в целом. Более того, не каждый может заставить себя делать какие-нибудь даже самые элементарные упражнения, потому что элементарно нет привычки и желания выполнять регулярные физические нагрузки. Не все люди следят за своим питанием, хотя есть возможность готовить, осваивать новое и следить

за рационом. При этом большинство людей, находясь в такой ситуации, когда есть возможность, не особо хотят ею пользоваться.

Поставленными задачами данной статьи мы хотели бы раскрыть проблему адаптации студентов, компенсации «утраченной» физической активности и поддержания в связи с этим здорового образа жизни в условиях вынужденной самоизоляции, так как есть основания, что из–за вспышки заболевания населения эта мера будет использоваться неоднократно.

Дистанционное обучение загружено домашним заданием в объемах в два раза больше, чем те, которые были в обычном режиме, помимо этого есть много дополнительных письменных заданий, работ. То есть по большей части – время студентов состоит из сидячей работы с утра до вечера. И, за сравнительно редким исключением, обычных домашних дел, занимающих всего 10-15% времени и сил. О чередовании интеллектуальной и физической нагрузке для большей продуктивности не все студенты помнят и следуют этому правилу, что чревато быстрой утомляемостью, упадком сил, нежеланием что-либо делать. Адаптационные механизмы организма снижены. Таким образом, количество шагов, которые он может сделать в день, порой составляют всего 3 тыс.

Очевидная взаимосвязь физической культуры и здорового образа жизни благоприятно сказывается на адаптации студентов в образовательном процессе вуза. 15% обучающихся, по результатам опроса, с первых дней объявления карантина занимались спортивными марафонами, наподобие «недели утренних занятий спортом», «ежедневных тренировок», «йоги» или «30 дней растяжки», что повысило, по их же утверждению, стрессоустойчивость, продуктивность, улучшение самочувствия, появился заряд энергии, бодрости и силы для решения повседневных дел.

Следует отметить, что длительное пребывание в условиях самоизоляции, способствовало ослаблению спортивной подготовки обучающихся вузов. По результатам тестирования 2-3 курсов Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и Оренбургского государственного университета показатели развития быстроты у обучающихся снизились на 9,3%, силы – на 7,2%, выносливости – на 10,1%, гибкости – на 7,6%.

Многим студентам недостаточно тренировочных нагрузок на академических занятиях для удовлетворительного выполнения тестов по физической подготовке. Иными словами, большинство студентов не смогут выполнить нормативов испытаний ГТО. Одним из способов адаптации к физическим нагрузкам, чтобы достигнуть приемлемого уровня физической подготовленности, являются дополнительные самостоятельные занятия студентов физкультурно-спортивной деятельностью.

По мнению некоторых ученых, словосочетание «физическая культура», скорее, отвечает названию «физическая или спортивная подготовка». Смысловым ядром культуры являются ценности и идеалы, содержанием - созидательная, прежде всего творческая деятельность и её результаты,

способом трансляции и передачи богатства культуры новым поколениям - традиции, механизмом развития – инновации [5].

Во многом это и есть некоторого рода заблуждение – когда лишь непосредственно физические нагрузки считают «физической культурой». При этом между этими двумя понятиями есть много общего, но есть и серьезные различия, отражающие специфику направленности деятельности и ее результатов[5]. Мы видим основное различие в том, что физическая культура направлена на развитие человека, а её идеалом является физически, нравственно и психически здоровая личность, способная реализовать свой потенциал и приносить пользу людям, а спортивное совершенствование направлено на достижение высоких спортивных результатов (конечно, тоже через развитие и совершенствование человеческого потенциала, личности спортсмена). Приказом Минспорта России от 12.02.2019 были утверждены соответствующие нормативы испытаний. 11 ступеней в зависимости от возрастной категории, затем разделение в зависимости от пола и обязательности конкретного вида испытаний[4]. Всё это своего рода мотивация обучающихся для приобщения к спорту.

Также в России с 2013 года существует такое спортивное мероприятие как «Гонка героев». Это массовый забег с препятствиями по пересеченной местности. Каждый год на нем собирается всё больше и больше желающих поучаствовать.

Такие массовые спортивные мероприятия дают возможность людям испытать себя, побуждают готовиться, становиться лучше, стремиться к большему и пробуждают желание вновь вернуться. Спорт – это заряд бодрости, который «подает» в мозг сигнал о том, что «всё хорошо» и человек на правильном пути, поэтому спортивные мероприятия пользуются успехом, они делают серую и однообразную жизнь ярче.

Добровольное приобщение к спорту побуждает студентов стремиться, развиваться и самосовершенствоваться. В идеале это становится толчком для выработки ценностей, культуры.

Таким образом, когда мы говорим о физической культуре, мы говорим не только о физических нагрузках, но и о самосовершенствовании, в том числе нравственном и духовном, а это путь к комфорту в ощущении себя в любой обстановке, поскольку разум и тело находятся в полной гармонии между собой.

5% студентов, помимо занятий в онлайн, самостоятельно активно занимались упражнениями на различные группы мышц из приложения, скаченного на телефон: на всё тело, пресс, руки, ноги, растяжка и т.д.

Растяжку необходимо делать последней, поскольку в дальнейшем она способствует ослаблению боли в мышцах. Польза ее в том, что стрейч удлиняет сухожилия, разогревает связки и делает суставы подвижнее, что придает ощущение легкости.

Благодаря цифровым смарт-технологиям можно контролировать не только пульс, давление, но и измерять потраченные калории, частоту шагов и т.д.[2].

По данным учёных, чтобы восполнить недостаток движения, человеку необходимо уделять занятиям физкультурой не менее 10 часов в неделю[3].

Со временем, когда ситуация стабилизируется, можно проводить обычные, но очень эффективные нагрузки в виде быстрой ходьбы, бега трусцой, езды на велосипеде, плавания и просто пеших прогулок. Очень помогает здоровью утренняя зарядка и динамические гимнастические упражнения, которые как раз эффективны в нынешней ситуации.

Ученые уверены, что нужно помнить о трёх основных правилах:

- нагрузка должна повышаться постепенно;
- занятия должны проводиться регулярно (оптимально – 3 раза в неделю, для молодых людей – 1 раз в 2 дня);
- должен осуществляться постоянный контроль за своим самочувствием и периодический контроль у врача.

Можно сделать вывод, что утрату физической нагрузки в условиях самоизоляции, где студент находимся в условиях вынужденного сидячего образа жизни, а также в целом – в современном мире – в котором люди добровольно выбирают такой образ жизни, можно компенсировать самыми простыми, но эффективными методами.

Итак, в нестабильном современном мире, двигательная активность студентов значительно занижена. Сидячий образ жизни, уменьшение двигательной активности, отсутствие физических нагрузок, своего рода реакция организма на однообразную жизнь либо на стрессовые ситуации, как, например, самоизоляция. В связи с этим, студенты становятся жертвами малоподвижности (гиподинамии), что является основой хронической усталости. Добавляя излишества в еде, у обучающихся происходит развитие ожирения, склероза сосудов, сахарного диабета, что в конечном итоге, приводит к заболеваниям внутренних органов. Дистанционное обучение усугубляет ситуацию. Адаптировать организм к сложившейся ситуации возможно только благодаря физкультуре и спорту.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гилазиева С.Р., Шумилина Н.С. Здоровьесберегающая направленность физкультурного образования в ВУЗЕ // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры / материалы Всероссийской научно-методической конференции. Оренбургский государственный университет. 2017. С. 4154-4160.

2. Гилазиева С.Р., Шумилина, Н.С. Преподавание дисциплины «Физическая культура» в период пандемии // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры / материалы Всероссийской научно-методической конференции. – ОГУ. -2021. – С.4421-4427.

3. Кудашов, А.Н. Информационное воздействие уголовно-правовых норм как средство профилактики асоциальных явлений в молодежной среде / Стратегия воспитания в условиях

модернизации высшего образования: материалы международной научно-практической конференции. Издательский центр ОГАУ, 2014. 166 с.

4. Moiseeva I.Yu., Remizova V. Emotive verbalisation of the concept school: school students' view point // Proceedings of the Philological Readings (PhR 2019). Orenburg State University. London, United Kingdom, 2020. С. 413-418.

5. Nesterova T.G., Remizova V.F. Aspects of ecological education in foreign language classes // Сборник материалов международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и 80-летию победы битвы на Халхин-Голе. Под редакцией Н.В. Антиповой. 2019. С. 30-33.

6. Шумилина Н.С. Непрерывное этическое и физическое развитие как важный фактор в становлении профессионала // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. 2019. С. 4685-4688.

7. Шумилина Н.С., Гилазиева С.Р., Симоненков В.С. Трансляция этических ценностей физической культуры и спорта средствами кинематографии // Современный ученый. 2019. № 6. С. 131-138.

8. Польза физических нагрузок для здоровья [https://my-health.ru/content/dvizhenie-put-k-zdorovyu]

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

XVII Международная научно-практическая конференция

Сборник научных трудов

Электронное издание сетевого распространения

Доступ к сборнику – постоянный, свободный и бесплатный.

Сборник содержится в едином файле PDF.

https://orenrsute.ru/images/orenrea/banner/sborniki-04-2022/sbornik_prepodavateleu_04-2022.pdf

Максимальный объем: 15 МБ.

Издательство ООО «Сфера»
400127, Волгоград, ул. Менделеева, 43,
sphere-vlg@mail.ru

Дата издания: 14.06.2022