МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»

НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

СБОРНИК СТАТЕЙ XIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 30 ИЮЛЯ 2022 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2022

УДК 001.1
ББК 60
Э40

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40
ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 48 с.

ISBN 78-5-00173-436-9

Настоящий сборник составлен по материалам XIII Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**», состоявшейся 30 июля 2022 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022
© Коллектив авторов, 2022

ISBN 78-5-00173-436-9

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна –
доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович –
кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич –
доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна –
доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович –
доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна –
доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович –
доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич –
доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович –
доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович –
кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна –
доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна –
доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна –
кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович –
доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна –
кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович –
кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич –
кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна –
доктор филологических наук, доцент
Казданян Сусанна Шалвовна –
кандидат психологических наук, доцент
Качалова Людмила Павловна –
доктор педагогических наук, профессор
Кожалиева Чинара Бакаевна –
кандидат психологических наук
Колесников Геннадий Николаевич –
доктор технических наук, профессор
Корнев Вячеслав Вячеславович –
доктор философских наук, профессор
Кремнева Татьяна Леонидовна –
доктор педагогических наук, профессор
Крылова Мария Николаевна –
кандидат филологических наук, профессор
Кунц Елена Владимировна –
доктор юридических наук, профессор
Курленя Михаил Владимирович –
доктор технических наук, профессор
Малкоч Виталий Анатольевич –
доктор искусствоведческих наук
Малова Ирина Викторовна –
кандидат экономических наук, доцент
Месеняшина Людмила Александровна –
доктор педагогических наук, профессор
Некрасов Станислав Николаевич –
доктор философских наук, профессор
Непомнящий Олег Владимирович –
кандидат технических наук, доцент
Оробец Владимир Александрович –
доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна –
доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич –
кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович –
доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна –
доктор психологических наук, доцент
Удут Владимир Васильевич –
доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна –
доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович –
кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна –
доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна –
кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ 5

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: НА ПРИМЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ
ХАЛАТЯН СЕВАК ГРАЧИКОВИЧ, ПИЛИВАНОВА ЕЛЕНА КШГОРОВНА,
БОЙКО ОЛЕСЯ НИКОЛАЕВНА 6

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
ЗАСКОКИНА АННА ВЛАДИМИРОВНА, ХАЧАТУРЯН НАРИНЭ РАФИКОВНА 9

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 12

РОЛЬ ДОМОХОЗЯЙСТВ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ
СКАЛАБАН МАРИЯ ПАВЛОВНА 13

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ 16

БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ: ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
КОВАЛЬ ЯРОСЛАВ АЛЬБЕРТОВИЧ 17

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ 21

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ
КУРМАКАЕВА ДИАНА ДАМИРОВНА 22

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 27

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ БЫСТРОМЕНЯЮЩЕЙСЯ СРЕДЫ
ДЗЕРАНОВА СВЕТЛАНА ЮРЬЕВНА 28

ОЦЕНКА СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА МАГАДАНСКОЙ ОБЛАСТИ
ХМАРУК КРИСТИНА ОЛЕГОВНА 33

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ 37

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ СФЕРЫ ПОСРЕДСТВОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ
МАХМУДОВ САИДКАРИМ САИДАХМАДОВИЧ 38

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ 43

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МАТОВ МАКСИМ БОРИСОВИЧ 44

МАРКЕТИНГ

УДК 658.8

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: НА ПРИМЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

ХАЛАТЯН СЕВАК ГРАЧИКОВИЧ,
ПИЛИВАНОВА ЕЛЕНА КШГОРОВНА,
БОЙКО ОЛЕСЯ НИКОЛАЕВНА

к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ)

Аннотация: Содержание статьи отражает основные теоретико-эмпирические аспекты применения концепции маркетинга современных условиях развития электронной коммерции. Представлены тенденции развития цифрового маркетинга в фармацевтический отрасли и на рынке медицинских услуг, как инструмента оптимизации совокупных издержек потребителей, в отличие от традиционного инструментария маркетинга.
Ключевые слова: Концепция, маркетинг, фармацевтическая отрасль, развитие, бренд.

DIGITAL MARKETING IN MODERN E-COMMERCE: ON THE EXAMPLE OF THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY

Khalatyan Sevak Hrachikovich,
Pilivanova Elena Kshgorovna,
Boyko Olesya Nikolaevna

Abstract: The content of the article reflects the main theoretical and empirical aspects of the application of the marketing concept in modern conditions of e-commerce development. The article presents the trends in the development of digital marketing in the pharmaceutical industry and in the medical services market as a tool for optimizing the total costs of consumers, in contrast to traditional marketing tools.
Key words: Concept, marketing, pharmaceutical industry, development, brand.

Маркетинг, как наука и вид деятельности занимается изучением человека и общество с социологической и психологической точки зрения. Маркетинговая практика, соответствующая желаниям и потребностям потребителей, связывает рынок на национальном и международном уровнях. Исследовав различные научно-практические результаты отечественных и некоторых известных зарубежных ученых и специалистов, нами сформировано мнение, что маркетинговые мероприятия - это ничто иное, как реализация усилий по созданию, ценообразованию, распространению и удержанию продуктов для обеспечения оптимального достижения целей отдельных лиц и организаций. Со временем зарождения концепции и философии маркетинга, разумеется в понимании маркетинга начались значительные перемены, связанные с развитием цифровых технологий и НТП. Учитывая, какими могут быть факторы, влияющие на маркетинговые изменения, в их основе лежит глобализация.

Можно сказать, что во-первых, произошли технологические достижения и популяризация Интернета, а во-вторых, повышение уровня образования и коммуникации потребителей. В результате циф-

ровой революции произошли изменения в масштабах и сфере маркетинговой концепции. Повышение качества и ценового настроения потребителей привело к изменению размеров деятельности на рынках разных отраслей. Это позволило потребителям определить будущее рынка и вынудило предприятия создать более конкурентоспособную среду. Цифровой маркетинг формирует связь и взаимодействие между потребителем и бизнесом с целью поддержки и продвижения бренда, в отличие от традиционных методов, которые рассматривались еще Филипом Котлером [1].

Цифровые носители имеют преимущество перед другими каналами связи из-за их низкой стоимости. Цифровой маркетинг, обеспечивающий доступ ко всему миру без уплаты высоких арендных ставок, упростил продвижение продукции клиентам благодаря виртуальным магазинам. То, как потребители общаются через цифровые носители, растет. Неизбежно, что предприятия будут реагировать на изменения в интерактивном и электронном пространстве и в дальнейшем более интенсивно смещать продажи в сторону электронной коммерции.

В цифровом маркетинге целевая аудитория доступна по различным каналам. Цифровой маркетинг пользуется спросом через интернет-канал. Цифровой маркетинг способствует росту продаж, сближению с клиентами, экономии средств, расширению бренда в Интернете и повышению ценности бренда. Документы о товарах, оплате, доставке, необходимые в электронной торговле, готовятся по электронному каналу и предоставляются клиентам. Транзакции могут быть выполнены за короткое время без низкой погрешности и затрат на канцелярские принадлежности. По таким причинам, как время работы и отпуск, услуги могут быть отменены без перерыва. В то время как реклама с помощью традиционных средств массовой информации гораздо более рискованна и дорогостоящая, реклама в цифровом виде очень удобна, эффективна, постоянно обновляется и измеряется.

Предприятия могут добиться успеха в управлении социальными восприятиями и завоевании престижа с помощью цифрового маркетинга. Посредством цифровизации маркетинговой деятельности также появляется возможность продвижения бренда.

Простыми словами, можно сказать, что бренд - это специальный знак, состоящий из изображений или букв, которые являются символом товаров или услуг, что позволяет отличать их от аналогичных, продвигая продукцию. Символы, являющиеся компонентами бренда, предназначены для продвижения продукции предприятия и разделения ее от конкурентов. Бренд - это значки, словосочетания, формы, которые мешают им подражать, дифференцируя продукты. Осведомленность о бренде - это влияние бренда на потребительский ум. Если название предприятия или продукта признано потребителями, то бизнес или продукт рекламируются широкой аудиторией и находятся в конкурентном состоянии на рынке.

Участие в маркетинге медицинских услуг в цифровых средах стало неизбежным. В литературе представлены исследования в области цифрового маркетинга в сфере здравоохранения. Также некоторые авторы рассматривали данный вопрос относительно логистической системы продвижения фармпродукции [2].

Нами сделан вывод, на основании изучения статистических и эмпирических данных, анализа научной литературы, о растущем с каждым годом отраслевом размере фармацевтической промышленности и масштабов маркетинга. Выявлено влияние социальных сетей на бренд на фармацевтическом рынке. С развитием цифровой революции произошли изменения в масштабах и сфере маркетинговой концепции. Эти изменения наблюдались и в фармацевтической промышленности и породили концепцию цифрового маркетинга.

В настоящее время многие фармацевтические бренды реализуют в цифровом виде продажу безрецептурных препаратов, дерматологических препаратов, медицинских изделий.

Кроме того, в целях повышения осведомленности о бренде инструменты и платформы цифрового фармацевтического маркетинга предназначены для выявления различий потребителей в зависимости от их образования, возраста, пола, семейного положения и дохода.

Не вызывает сомнения важность цифрового фармацевтического маркетинга в создании осведомленности о бренде. Важны также вопросы такого содержания, как например, отличаются ли инструменты и платформы цифрового фармацевтического маркетинга от демографических характери-

стик потребителей в целях повышения осведомленности о бренде. По этой причине при проведении рекламных работ они должны информировать потребителя обо всех необходимых вопросах, связанных с лекарствами, в частности, об их применении и побочных эффектах.

Сегодня корпоративный цифровой маркетинг, один из самых быстрых и эффективных методов доступа к клиентам, становится все более важным, особенно в конкурентной среде. Поскольку цифровой маркетинг является многоканальной и интегрированной системой, он также помогает легко доставить желаемое сообщение. Помимо быстрого и легкого доступа к большому числу людей, он имеет такие преимущества, как его измеримость и низкая стоимость. Это очень примечательно для фармацевтических компаний, которые хотят продвигать свои бренды и повышать осведомленность. Сегодня многие фармацевтические компании в рамках правовых норм осуществляют как продвижение, так и продажу своей продукции в цифровом виде, так и повышают узнаваемость бренда. Учитывая преимущества цифрового маркетинга, по нашим прогнозам, число фармацевтических компаний, желающих продавать свою продукцию в цифровом виде, будет расти с каждым днем.

Список источников

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 с.
2. Халатян С.Г. К вопросу об управлении цепями поставок в фармацевтической отрасли России // Вестник института дружбы народов Кавказа / С. Г. Халатян. — № 1(21). — 2015.

УДК 658.8

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

ЗАСКОКИНА АННА ВЛАДИМИРОВНА,
старший преподаватель
ХАЧАТУРЯН НАРИНЭ РАФИКОВНА
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ)

Аннотация: В статье представлены основные особенности применения концепции маркетинга в рамках системы продажи и продвижения фармацевтической продукции и лекарственных средств. Кратко рассмотрены позиции некоторых российских ученых по исследуемому вопросу. Отражены основные аспекты маркетингового сопровождения продвижения лекарственных средств через онлайн платформы в условиях цифровой экономики.
Ключевые слова: Маркетинг, экономика, продвижение, продажи, фармацевтическая продукция, лекарственные средства.

SOME ASPECTS OF MARKETING SUPPORT OF THE PHARMACEUTICAL PRODUCT DISTRIBUTION SYSTEM IN THE DIGITAL ECONOMY

Zaskokina Anna Vladimirovna,
Khachaturian Narine Rafikovna

Abstract: The article presents the main features of the application of the marketing concept within the system of sale and promotion of pharmaceutical products and medicines. The positions of some Russian scientists on the issue under study are briefly considered. The main aspects of marketing support for the promotion of medicines through online platforms in the digital economy are reflected.
Key words: Marketing, economics, promotion, sales, pharmaceutical products, medicines.

На сегодняшний день, в условиях современной экономической обстановки, в деятельности многих хозяйствующих субъектов, в том числе, в фармацевтической отрасли (в системе продаж, в частности), концепция маркетинга продолжает обеспечивать различные экономические и социальные выгоды, выступая в качестве моста между производителями и потребителями фармацевтической продукции.

Несомненно, важно отметить тот факт, что мероприятия по стимулированию сбыта используются для сбыта всех промышленных товаров. По этой причине, чтобы производство и маркетинг были успешными, необходимо сосредоточить внимание на мероприятиях по стимулированию сбыта. Мероприятия по продвижению представляют собой маркетинговый инструмент, который сообщает потребителям о существовании товаров и услуг, производимых предприятием, и обеспечивает выживание и развитие предприятия.

В свою очередь, фармацевтическая промышленность стала сегодня одной из важнейших отраслей промышленности в мире. И лекарства, разработанные во всем мире, каким-то образом попадают на рынки. Тем не менее, содержание этих маркетинговых мероприятий является основным вопросом, который необходимо рассмотреть.

В глобальном масштабе фармацевтический сектор является стратегически важным сектором из-за увеличения продолжительности жизни и повышения уровня жизни. В последнее время из-за изменений, связанных с болезнями, инвестиции в исследования и разработки в этом секторе растут. Вот почему фармацевтический сектор демонстрирует рост и развитие во всем мире. Фармацевтический сектор приносит пользу здравоохранению, производя лекарства, которые будут использоваться для диагностики и лечения заболеваний, в соответствии с фармацевтическими технологиями.

Фармацевтический рынок - это отрасль, в которой участвуют разные производители, дистрибьюторы, аптеки (розничный сектор) и госпитальный сектор (госзакупки). Вопросы системы продвижения и распределения через призму логистики, маркетинга и менеджмента рассматривались в научно-эмпирическом разрезе рядом отечественных ученых, таких, как например Евстратов А.В., Халатян С.Г.

Ученый-исследователь из г. Волгограда, Евстратов А.В. во многих своих работах обращал внимание на происходящие трансформации в фармацевтической отрасли, которые связаны с поглощениями и укрупнением системы распределения, через формирование сетевой структуры аптечных организаций [1].

Доцент РГЭУ (РИНХ) Халатян С.Г. на протяжении многих лет исследует фармацевтическую отрасль в разрезе логистической системы распределения фармацевтической продукции, придерживаясь позиции, согласно которой, эффективное продвижение фармацевтической продукции и лекарственных средств должно осуществляться на принципах логистики, обеспечивая транспарентность системы продвижения, в купе с маркетинговым сопровождением бизнес-процессов [2].

Не вызывает сомнения и тот факт, что фармацевтический сектор активизировал инновационную работу по адаптации к глобальным изменениям. Фармацевтические компании-новаторы используют отпускаемые по рецепту лекарства, которые они выпускают, в случае повышения конкуренции и снижения цен. Эта стратегия предпочтительнее, если компания считает, что ее продукт брендирован и ориентирован скорее на восприятие потребителями, чем на ценовую конкуренцию. Для некоторых терапевтических областей можно сказать, что маркетинговые работы проще и охватывают большую аудиторию, поскольку рекламные работы не включают в себя регулирование рынка отпускаемых по рецепту лекарств. Современной тенденцией на рынке продаж фармацевтической продукции является возможность осуществления онлайн заказов и покупок лекарственных средств.

Также, в настоящее время существует множество веб-сайтов, которые продают наряду с лекарствами без рецепта в цифровом пространстве, также иные дополнительные позиции. Это такие продукты, как средства по уходу за матерью и ребенком, травяные сиропы, средства по уходу за ранами, средства по уходу за кожей, пищевые добавки, лепешки для горла, назальные спреи, мази, сантехника, медикаменты, витаминно-минеральные добавки, рыбий жир, пробиотики, здоровье полости рта и зубов. На этих сайтах также много брендов, которые продают продукцию.

Таким образом, на наш взгляд, цифровизация в маркетинговом пространстве в системе продвижения фармпродукции будет и далее развиваться. Корпоративный цифровой маркетинг, один из самых быстрых и эффективных методов доступа к клиентам, становится все более важной проблемой, особенно в конкурентной среде.

Поскольку цифровой маркетинг является многоканальной и интегрированной системой, он помогает легко доставить желаемое сообщение. Помимо быстрого и легкого доступа к большому числу людей, он имеет такие преимущества, как его измеримость и низкая стоимость, за счет оформления заказа онлайн, нет необходимости посещать аптеку, чтобы узнать о наличии препаратов, ведь всю информацию можно увидеть на сайте аптеки или онлайн сервиса, там же осуществить заказ и оплатить покупку.

Фармацевтические компании, в продвижении собственных брендов должны еще больше тиражировать свою рекламу на цифровых носителях безрецептурных препаратов. Они должны продавать свою продукцию на надежных сайтах, чтобы создать надежный имидж в глазах потребителя и сделать

потребителя намного быстрее и проще безрецептурными лекарствами, продуктами здравоохранения. Они должны направлять покупки на цифровые платформы. Цифровой фармацевтический маркетинг станет еще более важным в периоды эпидемий, таких как «Ковид-19», которые происходят сегодня и объявлены пандемией.

Список источников

1. Евстратов А.В. Основные тенденции слияний и поглощений на фармацевтическом рынке / Евстратов А. В. // Вестник филиала ВЗФЭИ в г. Волгограде. — 2014.
2. Халатян С.Г. К вопросу об управлении цепями поставок в фармацевтической отрасли России // Вестник института дружбы народов Кавказа / С. Г. Халатян. — № 1(21). — 2015.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.7

РОЛЬ ДОМОХОЗЯЙСТВ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СКАЛАБАН МАРИЯ ПАВЛОВНА
магистрант
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Научный руководитель: Никитина Татьяна Викторовна *– д.э.н., профессор*
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: В статье определена роль домохозяйств в системе экономических отношений. Проанализировано влияние денежно-кредитной политики на финансовое поведение домохозяйств через воздействие процентного, кредитного и ценового канала трансмиссионного механизма.
Ключевые слова: денежно-кредитная политика, финансы домохозяйств, финансовая стабильность, трансмиссионный механизм.

THE HOUSEHOLD AS AN ECONOMIC AGENT

Skalaban Maria Pavlovna

Scientific adviser: Nikitina Tatiana Viktorowna

Abstract: The article defines the role of households in the economic system. The influence of monetary policy on the financial behavior of households on the example of interest rate, credit and financial asset price channel of the transmission mechanism is analyzed.
Key words: monetary policy, household finance, financial stability, transmission mechanism.

Согласно К.Р. Макконнеллу и С.Л. Брю, «домохозяйство представляет собой экономическую единицу, состоящую из одного или более лиц, которая снабжает экономику ресурсами и использует полученные за них деньги для приобретения товаров и услуг, удовлетворяющих материальные потребности» [7]. Исходя из этого определения, деятельность домохозяйств неразрывно связана с оперированием денежными средствами, а значит, их основные функции реализуются в процессе потребления, сбережения, инвестирования и кредитования.

Домохозяйства, наряду с предприятиями и государством, являются субъектами экономических отношений. Они, как и юридические лица, принимают финансовые решения, обладают и распоряжаются собственностью, вступают в экономические отношения с другими субъектами.

А.А. Земцов и Т.Ю. Осипова отмечают, что домохозяйства являются «основными профицитными экономическими единицами, которые поставляют ресурсы в финансовую систему» [2]. В качестве профицитного сектора домашние хозяйства вкладывают денежные средства (заработную плату, доход) в финансовые активы, такие как банковские депозиты и ценные бумаги, или в нефинансовые активы, такие как недвижимость (квартиры, земельные участки) и транспортные средства. В качестве дефицитного сектора домашние хозяйства получают денежные средства от кредиторов для обеспечения жизненных потребностей.

Будучи как профицитным, так и дефицитным, сектор домашних хозяйств находится под влиянием и, в свою очередь, сам влияет на денежно-кредитную политику по трем основным каналам.

1. Процентный канал. В случае, когда центральный банк придерживается мягкой денежно-

кредитной политики и снижает ключевую ставку, домохозяйства получают стимул для увеличения потребления и заимствования, что порождает спрос на соответствующие финансовые продукты [4]. В ответ на ужесточение денежно-кредитной политики домохозяйства, напротив, начинают сокращать свои расходы и откладывать потребление в связи с ограничением возможности прибегнуть к использованию заемных средств. В то же время депозиты становятся более привлекательными [4].

2. Кредитный канал (в данном случае – канал ликвидности домохозяйств). Рост цен финансовых активов благоприятно сказывается на бюджетах домохозяйств, снижая вероятность финансовых затруднений [3]. С увеличением чистых активов повышается стоимость залогового обеспечения, под которое домохозяйства могут брать кредиты для финансирования расходов на потребление товаров длительного пользования и покупку недвижимости [3; 6].

3. Ценовой канал:

3.1. Канал цен валютных активов (курсовой). В условиях открытой экономики с плавающим валютным курсом экспансионистская денежно-кредитная политика оказывает влияние на курс валют, поскольку снижение внутренней процентной ставки делает депозиты в национальной валюте менее привлекательными [6]. С одной стороны, девальвация способствует удешевлению отечественных товаров по сравнению с импортными и тем самым стимулирует внутренний спрос, что приводит к увеличению совокупного производства (выпуска). С другой стороны, значительное обесценение национальной валюты увеличивает долговую нагрузку предприятий, заимствования которых номинированы в иностранной валюте. Это, в свою очередь, ограничивает возможность расширения производства и вынуждает сокращать масштабы деятельности, что негативным образом влияет на заработную плату работников. Как следствие, снижается внутренний спрос на товары и услуги [3; 6].

3.2. Канал эффекта богатства (как разновидность канала цен финансовых активов). Данный канал по содержанию близок к описанному выше каналу ликвидности домохозяйств [3]. В случае если сбережения домохозяйств размещены в инструментах финансового рынка (финансовых активах), повышение их цен приводит к увеличению богатства и, как следствие, росту текущего потребления [3].

Влияние механизма денежно-кредитной трансмиссии на домохозяйства схематично изображено на Рисунке 1.

Рис. 1. Домохозяйства в трансмиссионном механизме денежно-кредитной политики

Построено по данным [1].

Кроме того, что домашние хозяйства находятся под влиянием и сами оказывают влияние на денежно-кредитную политику, они также играют важную роль в обеспечении стабильности финансовой системы и государства в целом.

Если ранее центральное место при оценке стабильности финансовой системы занимали системно значимые коммерческие банки, поскольку именно они брали на себя большинство существующих рисков, то в настоящее время, с появлением новых финансовых продуктов, некоторые виды рисков имеют тенденцию к смещению со стороны финансово-кредитных институтов на сторону домашних хозяйств. К их числу, в частности, относятся кредитные, инвестиционные, рыночные и валютные риски.

Дополнительную нагрузку на домохозяйства создает неидеальная система обязательного пенсионного страхования, перекладывающая ответственность за обеспечение достойного уровня жизни после выхода на пенсию с государства и предприятий (работодателей) на граждан [8].

Будучи потребителями, вкладчиками, инвесторами, заемщиками и страхователями, домохозяйства подвержены финансовым рискам. Вместе с тем они сами являются источником риска для финансово-кредитных институтов, а значит, если домашние хозяйства окажутся не в состоянии выполнять свои функции, банковский сектор может серьезно пострадать.

Наглядным примером в этом контексте является современный этап развития экономики. В то время как еще недавно имеющаяся «финансовая подушка безопасности» многим домохозяйствам казалась достаточной для того, чтобы противостоять экономическим шокам, пандемия, вызванная распространением COVID-19, заставила в этом усомниться. Население столкнулось с серьезными потрясениями: снижением доходов и в некоторых случаях изменением статуса занятости. Все это мгновенно отразилось на банковском секторе в виде оттока средств с депозитов физических лиц.

В 2022 году ситуация осложнилась эскалацией геополитической напряженности и беспрецедентным санкционным давлением, что вызвало повышенный спрос населения на рублевую и валютную наличность. Так, по данным Банка России, в феврале текущего года «россияне забрали из банков рекордную с 2008 года сумму – 1,2 трлн рублей» [5].

Таким образом, анализ взаимодействия домохозяйств с другими секторами экономики позволяет сделать вывод о том, что они находятся под влиянием и сами влияют на монетарную политику и финансовую стабильность. Именно поэтому исследование их финансового поведения в высокой мере актуально на любом этапе развития экономических отношений.

Список источников

1. Деньги, кредит, банки. Финансовые рынки. В 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / С. Ю. Янова [и др.]; ответственный редактор С. Ю. Янова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 299 с.
2. Земцов А.А. Финансы домохозяйства: учеб. пособие / Земцов А.А., Осипова Т.Ю. / Томск: Изд-во Том. ун-та, 2012. – 334 с.
3. Корищенко К.Н. Структура и основные виды механизма денежной трансмиссии // Финансы и бизнес, № 5, 2005 – С. 5-21.
4. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2022 год и период 2023 и 2024 годов (утв. Банком России) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_400129/ (Дата обращения: 15.07.2022)
5. О развитии банковского сектора Российской Федерации в феврале 2022 года // Банк России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/40887/razv_bs_22_02.pdf (Дата обращения: 15.07.2022)
6. Розанова Н. М. Монетарная экономика. Теория денег и кредита в 2 т. Том 2: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 308 с.
7. McConnell C. R. Economics: Principles, problems, and policies / McConnell C. R., Brue S. L., Flynn S. M. // Boston: McGraw-Hill Irwin, 2009. – 917 p.
8. Nikitina T.V., Nikitin M.A., Skalaban M.P. The Supplementary Pension in Russia: Current Problems and Future Prospects in the light of International Experience // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA): Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020, 2020 – P. 1946-1954.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 33:338:338.4:338.45

БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ: ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

КОВАЛЬ ЯРОСЛАВ АЛЬБЕРТОВИЧ
магистрант кафедры экономики и управления
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: В статье рассмотрена система коммерческой организации получения прибыли как главного источника расширенного воспроизводства и развития. Финансовые результаты хозяйственной деятельности организаций, выражаемые в виде прибылей и убытков, характеризуют экономическую эффективность производства, а прибыль является обобщающим показателем финансово-хозяйственной деятельности. Достижения и недостатки в управлении организацией отражаются на финансовых результатах. В формировании прибыли существуют расхождения, что обусловлено временными рамками признания и соотнесения доходов и расходов.

В результате исследования предполагается раскрыть фундамент бухгалтерского и налогового учета, в теоретико-методическом плане, финансовых результатов, просмотреть концепцию построения бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов в коммерческой организации и разработать предложения по модернизации бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов.

Теоретической основой исследования выступают концепции российских авторов, а именно: Л. А. Ломовцева, А. С. Стяжкина, В. А. Мартыненко, К. Э. Гринчишина и других.

За методологическую основу взяты следующие документы:

- налоговый кодекс РФ;
- федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
- Федеральный закон «О бухгалтерском учете»;
- «Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ»;
- Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств»;
- план счетов бухгалтерского учета и инструкция по его применению;
- иные нормативные акты.

На основе анализа статистической, научной и нормативно-правовой информации выявлены и обоснованы влияния в бухгалтерском учете доходов и расходов организаций на реальную величину результата, развития промышленного предприятия, и наиболее эффективные стратегии и механизмы использования взаимосвязи бухгалтерского и налогового учета для промышленного предприятия.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансы предприятий, финансовые результаты, рыночная экономика, экономическое развитие, воспроизводство.

Abstract: The article considers the system of commercial profit-making organization as the main source of expanded reproduction and development. The financial results of economic activity of organizations, expressed in the form of profits and losses, characterize the economic efficiency of production, and profit is a generalizing indicator of financial and economic activity. Achievements and shortcomings in the management of the organization are reflected in the financial results. There are discrepancies in the formation of profit,

which is due to the time frame of recognition and correlation of income and expenses.
As a result of the research, it is supposed to reveal the foundation of accounting and tax accounting, in theoretical and methodological terms, financial results, review the concept of building accounting and tax accounting of financial results in a commercial organization and develop proposals for the modernization of accounting and tax accounting of financial results.
The theoretical basis of the research is the concepts of Russian authors, namely: L. A. Lomovtsev, M. A. Solarik, A. S. Latkin, A. S. Styazhkin, V. A. Martynenko, K. E. Grinchishin and others.
The following documents are taken as a methodological basis:
- the Tax Code of the Russian Federation;
- Federal Law "On Limited Liability Companies";
- Federal Law "On Accounting";
- "Regulations on accounting and Accounting reporting in the Russian Federation";
- Methodological guidelines for the inventory of property and financial obligations";
- accounting chart of accounts and instructions for its application;
- other regulatory acts.
Based on the analysis of statistical, scientific and regulatory information, the influence of income and expenses of organizations in accounting on the real value of the result, the development of an industrial enterprise, and the most effective strategies and mechanisms for using the relationship of accounting and tax accounting for an industrial enterprise are identified and justified.
Key words: accounting, enterprise finance, financial results, market economy, economic development, reproduction.

В условиях развивающихся рыночных отношений принципиально изменилось положение организаций. Получив юридическую и экономическую самостоятельность, они полностью отвечают за финансовые результаты своей деятельности.

Поиск и реализация резервов увеличения прибыли позволяют организациям выжить в условиях конкурентной борьбы. Особую актуальность приобретает совершенствование учета операций, формирующих финансовые результаты.

Учет финансовых результатов необходим для оценки экономической жизнеспособности предприятия. Именно от особенностей учета зависит, насколько точно, полно и достоверно будут отражены те или иные доходы и расходы. Поэтому понимание сущности финансового результата и алгоритма его формирования с позиций данных бухгалтерского и налогового учетов, очень важно при формировании стратегии компании как на долгосрочную, так и среднесрочную перспективы. [12]

Проблемы учета финансовых результатов организаций в настоящее время заключаются в несовпадении их бухгалтерского и налогового учета.

Налоговый учет (НУ) является системой сбора и систематизации информации о доходах и расходах бизнеса, целью которого является определение налоговой базы. Если компания использует общую систему налогообложения, то налоговый учет нужен для расчета налога на прибыль. Если организация на УСН — для расчета базы по упрощенке.

Бухгалтерский учет (БУ) представляет собой описание финансовой деятельности организации с помощью цифр. По итогам года весь бухучет сводится в одну таблицу, и формируется бухгалтерский баланс, включающая все имущество организации. Основной целью БУ является показать реальное состояние дел в организации.

В связи с тем, что налоговый и бухгалтерский учеты преследуют разные цели, часто возникают расхождения в размере налогооблагаемой прибыли и появляются временные и постоянные разницы в учетах.

Обойти расхождения между показателями БУ и НУ стремится любой бизнес, за счет этого существенно снизив налоги до оптимально-выгодного значения.

Многие статьи НК РФ и ПБУ указывали на их частные отличительные черты, а специалисты,

анализируя их, пытались их связать друг с другом для достижения стабильности бизнеса. Каждый специалист рассматривал их взаимосвязь и выражал свою точку зрения, касательно их организационно-методического обеспечения.

Ломовцева Л. А. [2] и Драгунова А. Д. [12] в своих научных работах рассматривали основные сходства и отличия БУ и НУ финансовых результатов, а также изменения правил по определению налоговой базы по налогу на прибыль организаций, направленные на сближение БУ и НУ финансовых результатов. В статьях Мартыненка В. А. [8] рассмотрены проблемы БУ и НУ финансового результата и их особенности финансовых результатов. В статье Шаронова Е. В. [13] - рассмотрены методические приемы сближения БУ и НУ и финансовых результатов на определенных режимах налогообложения.

В работе Гринчишина К. Э. [10] рассмотрены особенности признания доходов и расходов в бухгалтерском учете и для целей налогообложения прибыли. В работах Безуглова Я. М., Святова О. В. [1] и Мартыненко В. А. [3] рассматриваются отличия в признании доходов и расходов в целях БУ и НУ. Безуглова Я. М. и Святова О. В. [1] придерживаются собственного мнения о необходимости построения интегрированной системы учета доходов и расходов, в которой следует широко использовать аналитический учет, позволив выстроить объединенную систему учета расходов и доходов в организациях. В своей работе Мартыненко В. А. [3] сформулировала вывод о том, что для отражения доходов в БУ не только необходимо поступление денежных средств, но и выполнение критериев для признания доходов и что не все расходы в одном учете отражаются также и в другом. С другой стороны, Арская Е.В., Усатова Л.В., Колесникова Т.А. [7] подмечают о противоречивости принципов признания доходов в БУ и НУ. Они считают, что для устранения разногласий БУ и НУ доходов и расходов организации, необходимо принять такую модель, позволяющая данным БУ служить информационными источниками для налогового учета, что привело бы к разрешению спорных проблем учета финансовых результатов организации.

Арская Е.В., Усатова Л.В., Колесникова Т.А. [7], анализируя различия БУ и НУ финансовых результатов, согласились на организации возможности разграничения данных моделей. Любое новшество, введенное налоговым законодательством необходимо расценивать не только на микроэкономическом уровне, но и также рассматривать его макроэкономические последствия.

В работах Сердюка В. Н. и Белевской Е. Н. [9] рассматриваются вопросы, связанные со сближением БУ и НУ финансовых результатов, а в статье Мишанова Е. В. [4] говорится о проблеме максимального сближение между ними и о способах устранения проблемы.

В работе Омардибирова М.С., Рабаданова Ж.Б. [5] представлены преимущества и недостатки БУ и НУ. При выборе соответствующей модели организация должна руководствоваться не только целью облегчения учетной работы, но и необходимостью оптимизации налоговой базы. В основном, деятельность предприятий упирается на систему БУ.

Стяжкина А.С. [6] при изучении разногласий между БУ и НУ финансовых результатов сделала выводы об обязательности их разграничения. Она говорила о том, что каждое новое правило налогового законодательства обязано оценивать не только на микроэкономическом, но и на макроэкономическом уровне их последствий.

Таким образом, осознание черт бухгалтерского и налогового учета позволит не только урегулировать финансовые результаты коммерческих организации, но и позволит увеличить их экономическую эффективность, что положительно от части скажется на политическую деятельность страны.

Список источников

1. Безуглова Я. М., Святова О. В. Особенности бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов / Я. М. Безуглова, О. В. Святова // Региональный вестник. – 2019. - №3 – С. 42-43.

2. Ломовцева Л. А. Отличительные черты бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов / Л. А. Ломовцева // Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития. – 2020. – С. 215-221.

3. Мартыненко В. А. Формирование финансового результата в бухгалтерском и налоговом учете / В. А. Мартыненко // Global and regional research – 2019. – Т. 1 – №4 – С. 204-207.

4. Мишанова Е. В., Савельева Д. А. Отличительные особенности организации бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов предприятия / Е. В. Мишанова, Д. А. Савельева // Молодежь и наука. – 2020. – Т. 2 - №12 – С. 121-126.

5. Омардибирова М.С., Рабаданова Ж.Б. Взаимосвязь и отличительные черты бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов / М.С. Омардибирова, Ж.Б. Рабаданова // Инновационные исследования и разработки в области гуманитарных и социально-экономических наук. – 2019. – С. 99-102.

6. Стяжкина А. С. Проблемы бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов / А. С. Стяжкина // Молодые ученые в решении актуальных проблем науки. – 2019. – С. 1015-1017.

7. Арская Е. В., Усатова Л. В., Колесникова Т.А. Проблемы бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов организации / Е. В. Арская, Л. В. Усатова, Т.А. Колесникова // Белгородский экономический вестник. – 2019. - №1. – С. 137-143

8. Мартыненко В. А. Формирование финансового результата в бухгалтерском и налоговом учете / В. А. Мартыненко // Global and regional research. – 2019. – Т.1 - №4. – С. 204-207.

9. Сердюк В.Н., Белевская Е.Н. Гармонизация бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов в компьютерной среде / В.Н. Сердюк, Е.Н. Белевская // Финансы. Учет. Банки. – 2019. - №3-4(28-29). – С. 87-94.

10. Гринчишина К. Э. Порядок признания доходов в бухгалтерском и налоговом учете и его влияние на финансовый результат компании / К. Э. Гринчишина // Современные тенденции и инновации в науке и производстве - 2021. – С. 221.1-221.5.

11. Копылкова В. А. Финансовые результаты: понятие, сущность, методика формирования с позиций бухгалтерского и налогового учетов / В. А. Копылкова // Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита. – 2021. – С. 240-243.

12. Драгунова А. Д. Бухгалтерский и налоговый учет финансовых результатов: сходство и отличие / А. Д. Драгунова // Социально-экономические и гуманитарные науки. – 2020. – С. 116-120.

13. Шаронова Е.В. Методические приемы сближения бухгалтерского и налогового учета и финансовых результатов / Е.В. Шаронова // Актуальные вопросы учета и анализа в инновационной экономике. – 2020. – С. 212-221.

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 336.225

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

КУРМАКАЕВА ДИАНА ДАМИРОВНА
магистрантка
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева»

Научный руководитель: Морозова Галина Владимировна
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева»

Аннотация: данная статья посвящена вопросу цифровизации налогового администрирования. Сегодня эта тема является актуальной, поскольку такой процесс, как цифровизация, охватывает все сферы жизнедеятельности человека и становится неотъемлемой частью жизни нашего общества. В данной статье рассматриваются возможности и риски, которые связаны с внедрением новейших технологий в налоговую сферу. В тексте приведены конкретные примеры применения цифровизации в налоговом администрировании. Статья будет актуальна для налоговиков для детального изучения возможностей и рисков, связанных с цифровизацией.
Ключевые слова: цифровизация, налоговое администрирование, риски, налоги, налогоплательщики.

DIGITALIZATION OF TAX ADMINISTRATION: OPPORTUNITIES AND RISKS

Kurmakaeva Diana Damirovna

Scientific adviser: Morozova Galina Vladimirovna

Annotation: this article is devoted to the issue of digitalization of tax administration. Today, this topic is relevant, since such a process as digitalization covers all spheres of human activity and becomes an integral part of the life of our society. This article discusses the opportunities and risks associated with the introduction of the latest technologies in the tax sphere. The text provides specific examples of the use of digitalization in tax administration. The article will be relevant for tax authorities to study in detail the opportunities and risks associated with digitalization.
Key words: digitalization, tax administration, risks, taxes, taxpayers.

Сегодня, в век высоких технологий, цифровизация становится неотъемлемой частью жизни общества, постепенно внедряясь во все сферы жизнедеятельности. Не исключением является и область налогового администрирования. Здесь, так же, как и в других сферах, наступает прогресс. Многие процессы приобретают автоматизированную основу и переходят в разряд компьютерных задач. Это во многом облегчает деятельность налоговиков, упрощает многие действия и сокращает время на выполнение определенных задач.

Тема цифровизации налогового администрирования в современном мире является очень актуальной, поскольку, внедряясь в данную сферу, новые технологии неизменно вносят в нее изменения.

Необходимо изучить эти изменения, чтобы процессы налогового администрирования при этом не пострадали. Целью работы является изучение процессов цифровизации налогового администрирования для исследования возможностей и рисков.

Для исследования использовались такие методы, как изучение специализированной литературы и анализ собранных данных. Изучением данного вопроса занимались такие исследователи как А.А. Анисимова, В.И. Братцев, М.С. Комиссарова, А.Н. Мельникова и другие.

Цифровизация – это внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни людей для того, чтобы повысить ее качество и способствовать развитию экономики. Цифровизация помогает решать многие вопросы и выполнять рутинные задачи не прибегая к помощи человека. Суть заключается в автоматизации процессов, то есть.

В течение нескольких последних лет в налоговой сфере реализуется масштабный проект цифровизации. С начала своей реализации этот проект приносит положительный эффект. В частности, повышается собираемость налога, а бизнес выходит из тени. Даже мировой рынок сегодня проявляет интерес к этим российским разработкам. Можно сказать, что за последние годы Федеральная налоговая служба стала одной из крупнейших и наиболее эффективных IT-организаций не только в России, но и во всем мире.

В процессе налоговой цифровизации в РФ можно выделить 3 этапа:

1. Модель «цифровой зрелости». Включает в себя веб-сайты, персональные электронные сервисы, документооборот и отчётность.
2. «Полностью цифровая организация» процессов администрирования. Это мобильные приложения, индивидуальные проактивные сервисы.
3. «Адаптивная платформа». Данный этап будет соединять в режиме реального времени IT-платформы ФНС и налогоплательщиков. Исполнение налоговых обязательств происходит в автоматическом режиме и без дополнительных усилий. Планируется, что в России этот этап будет реализован к 2025 году. [7]

На сегодняшний день реализованы и успешно действуют IT-сервисы и проекты Федеральной налоговой службы, представленные на рисунке 1.

Рис. 1. IT-сервисы и проекты Федеральной налоговой службы

АИС «Налог-3» – единая информационная система Федеральной налоговой службы России. С помощью АИС «Налог-3» обеспечивается автоматизация деятельности ФНС России по всем выполня-

емым функциям, определяемые Положением о Федеральной налоговой службе, утверждённым постановлением Правительства Российской Федерации от 30.09.2004 №506, в том числе приём, обработку, предоставление данных и анализ информации, формирование информационных ресурсов налоговых органов, статистических данных, сведений, необходимых для обеспечения поддержки принятия управленческих решений в сфере полномочий ФНС России и предоставления информации внешним потребителям.

АИС «Налог-3» направлена на решение следующих задач:

– обеспечение открытости налоговых органов для налогоплательщика;

– создание единого информационного массива и подключение налоговых органов к новым внешним источникам информации;

– гарантированное соблюдение регламентных процедур налогового администрирования, качество и сроки их реализации;

– снижение текущих издержек налогового администрирования;

– совершенствование процедур информационного взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления;

– обеспечение контроля над налоговой деятельностью налогоплательщика путем создания единого и достоверного ресурса;

– обеспечение автоматизированного мониторинга деятельности ФНС России со стороны руководства налоговых органов;

– повышение качества контрольной работы;

– повышение качества принятия решений, анализа и прогнозирования за счет создания аналитических инструментов;

– снижение трудозатрат налоговых органов на сбор, ввод, обработку и контроль форм налоговой отчетности;

– снижение трудозатрат налоговых органов на обеспечение межведомственного обмена информацией, освобождение налоговых органов от функций по приему, обработке и сортировке данных;

– снижение трудозатрат налоговых органов на проведение расчетов, включая начисление налогов и контроль налоговой отчетности;

– переход от количественного к качественному анализу налогов, налоговой базы, в том числе в рамках совершенствования контрольной работы;

– обеспечение возможности внутреннего аудита результатов работы сотрудников территориальных налоговых органов и центрального аппарата.

Следует отметить, что по данным Федеральной налоговой службы «АИС «Налог-3» является одной из крупнейших баз данных в мире. Ее объем – 705 Тбайт и он постоянно увеличивается. В ФНС «АИС «Налог-3» называют цифровой экосистемой, которая позволяет применять новые подходы в налоговом администрировании, развивать аналитику, расширять возможности экстерриториальных принципов взаимодействия с налогоплательщиками и оказания услуг – «адаптировать систему налогового администрирования к трансформации экономики и бизнеса в новой реальности убер-экономики».

Цифровизация налогового администрирования повлияла также на контрольную работу налогового органа. За 9 месяцев 2021 года количество выездных проверок снизилось по отношению к такому же периоду «доковидного» 2019 года на 24 %, но в то же время увеличивается доля самостоятельных уточнений плательщиками налоговых обязательств. Большая часть поступлений обеспечена без назначения выездных проверок.

Основное внимание налоговой службой уделяется добровольному уточнению налогоплательщиками своих налоговых обязательств. Доля поступлений по результатам аналитической работы в 2020 году, даже несмотря на пандемию, выросли на 4,5% (до 64 миллиардов рублей). За 9 месяцев 2021 года в бюджет дополнительно поступило 52% в объеме общих поступлений по результатам проверок и добровольных уточнений (125 миллиардов рублей).

Также необходимо отметить, что наблюдается снижение количества жалоб по результатам выездных проверок. За 2021 год их число уменьшилось на 45,4% (с 4,3 тысяч до 2,4 тысяч). А количество судебных споров с бизнесом сократилось более чем на 20%.

Одновременно сокращается и задолженность. Международный показатель, который характеризует эффективность работы с долгом (показатель DTI - debt to income - «Отношение долга к поступлениям») вырос, если на 1 января 2020 года он составлял 6,1%, то на 1 августа того же года – 7,5%. В своем докладе по итогам 2020 года руководитель ФНС России Д.В. Егоров отметил, что данный показатель в 1,5 раза лучше, чем три года назад. Совокупная задолженность снизилась. По данным ФНС России, на 1 января 2020 года составляет 1 449,6 миллиардов рублей. Следует отметить, что на 1 июля 2019 года эта цифра превышала 1 950 миллиардов рублей.

Последующими действиями Федеральной налоговой службы в условиях цифровой трансформации экономики является развитие бесконтактных технологий контроля, которые будут незаметны для налогоплательщика. При этом новые современные технические возможности службы позволяют успешно создавать такие инструменты для работы со всеми категориями бизнеса.

В качестве примера «незаметного» администрирования можно привести налоговый мониторинг. Суть названного метода состоит в том, что в режиме реального времени (без истребования документов) налогоплательщики могут открывать свои информационные системы, которые позволяют налоговому органу контролировать многочисленные операции. Взамен этого компаниям предоставляются мотивированные ответы от по налоговым операциям от налогового органа. На данный момент уже составлено около 50 мотивированных мнений на общую сумму свыше 120 миллиардов рублей.

В большей степени внедрение налогового мониторинга стало возможным исключительно благодаря реформе – реформе всей системы администрирования самых крупных налогоплательщиков в России. Начиная с 1 февраля 2019 года компании были распределены в налоговых инспекциях с учетом потенциальных налоговых рисков и с учетом их специализации. В настоящее время в налоговых органах зарегистрировано примерно три тысячи крупнейших налогоплательщиков, которые обеспечивают почти половину всех доходов консолидированного бюджета Российской Федерации (8 триллионов рублей).

Таким образом, исходя из изученной информации, касающейся цифровизации налогового администрирования, и проанализированных данных деятельности ФНС за последние годы, можно сделать вывод, что цифровизация оказала положительное влияние на налоговую сферу. Как показывает статистика последних лет, по многим параметрам цифры улучшились. Цифровизация упростила работу налоговиков, тем самым позволяя выполнять больше задач за гораздо меньший промежуток времени. Отсюда – положительная динамика собираемости налогов и уменьшение задолженностей. И хотя некоторые проблемы в области налогового администрирования всё ещё есть, сегодня цифровизация подталкивает налоговиков к верному пути. Многие пробелы уже нашли решение именно за счёт цифровизации. Именно за такими технологиями стоит будущее налоговой сферы.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/cons.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/d5cfcfa2027b0f0722a92e37 4886ddf40a86b0e2.

3. Анисимова А.А. Развитие цифровых налоговых сервисов в России на фоне общемировых трендов // Налоги и налогообложение. – 2022. – №2.

4. Братцев В.И. Развитие процесса цифровизации как фактор, определяющий изменения механизма налогового администрирования// Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2021. – №18.

5. Комиссарова М. С. Внедрение информационных технологий в систему налогового контроля

в условиях цифровизации экономики [Электронный ресурс] / М. С. Комиссарова, Н. В. Рудченко // Молодой ученый. – 2022. – №52.

6. Мельникова А. Н. Цифровизация налогового администрирования Российской Федерации, StudNet, 2021, №7.

7. Петина А. А. К вопросу о цифровизации налоговых процессов в России [Электронный ресурс] / А. А. Петина, Е. В. Ермош // Современный взгляд на науку и образование. – 2020. – №5.

© Д.Д. Курмакаева, 2022

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 338.242.2

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ БЫСТРОМЕНЯЮЩЕЙСЯ СРЕДЫ

ДЗЕРАНОВА СВЕТЛАНА ЮРЬЕВНА
аспирант
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»
АО «Экотех»

Аннотация. Статья посвящена исследованию устойчивого развития в условиях цифровой экономики. Для определения тенденций быстроменяющейся среды при использовании концепции VUCA-мира и BANI-мира на основе когнитивного подхода, методов системного анализа, был проведен анализ, который показал, что требования в области устойчивого развития в России определяются международными, национальными и внутрифирменными стандартами. Результаты исследования показали, что использование методик устойчивого развития и ESG подхода способствуют повышению экономической эффективности, конкурентоспособности и повышению устойчивости предприятий в нарастающей нестабильности, неопределенности, неоднозначности современных экономических условий.
Ключевые слова: устойчивое развитие, концепция ESG, экономические показатели, системы управления,VUCA-мир, концепция BANI-мир.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A BASIS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN A RAPIDLY CHANGING ENVIRONMENT

Dzeranova Svetlana Yurjevna

Abstract. The article is devoted to the study of sustainable development in the digital economy. To determine the trends in a rapidly changing environment when using the concepts of the VUCA-world and the BANI-world based on a cognitive approach, methods of system analysis, an analysis was carried out that showed that the requirements for sustainable development in Russia are determined by international, national and in-house standards. The results of the study showed that the use of sustainable development methods and the ESG approach contribute to increasing economic efficiency, competitiveness and increasing the stability of enterprises in the growing instability, uncertainty, and ambiguity of modern economic conditions.
Key words: sustainable development, ESG concept, economic performance, management systems, VUCA-world, BANI-world concept.

Термин VUCA (акроним англ. volatility – нестабильность, uncertainty – неопределенность, complexity – сложность, ambiguity – неоднозначность) объяснял затянувшийся глобальный кризис экономики специфичностью сетевого и информационного развития общества.

У. Беннис и Б. Нанус используют этот термин в 1987 году для характеристики неопределенности, сложности и двусмысленности общих условий, укоренилась в теориях стратегического лидерства в широком диапазоне организаций, от корпораций до образовательных учреждений[4].

Понятие «неопределенность» и связанное с ним понятие «риск» рассматривается в концепции VUCA мира как некий фактор внезапности, невозможности предсказания процессов экономии, инноваций, социальных и иных процессов. Энтропия как часть и составляющая неопределенности, ее мера. Для оценки стабильности и управляемости организационно-экономической системы, как противоположность и дополнение, выступает категориальная пара «определенность – негэнтропия». В мировых экономических системах энтропия характеризует неясную, точно неизвестную обстановку, неточность или неполноту информации о результатах деятельности, которые формируют значительную вариативность прогнозов с близкими показателями вероятности получения конечных результатов этой деятельности.

На уровне принятия VUCA, менеджмент ориентирован на эффективность управления, путем совершенствования, моделирование возникающих ситуаций в будущем, расчет рисков возможных последствий после принятых решений; взаимовлияние факторов внешней и внутренней среды; прогнозирование негативных факторов, разработку управленческих решений в нескольких альтернативных вариантах; поиск возможностей и их применения. Однако, в эпоху нарастающей энтропии, сценарии, модели и методы адаптивных стратегий, показывают свою несостоятельность и неадекватность.

В 2020 году Жаме Кассио (Jamais Cascio) (Калифорнийский университет) ввел новый термин — BANI. B — Brittle: хрупкость, A — Anxious -тревожность, N — Nonlinear: нелинейность. I — Incomprehensible: непостижимость[6]. Обозначая концепцию VUCA как недостаточную, а ситуации, в которых условия не просто нестабильны, а хаотичны, и результаты трудно предвидеть, так как они совершенно непредсказуемы, новая парадигма BANI требует разработки новых методологий и инструментариев.

Управление бизнесом VUCA - мира требовало гибкости и адаптивности в условиях нарастающей нестабильности и быстрых изменений, для чего разрабатывались сценарии будущего, симуляции и модели. Если методологии концепции VUCA построены на необходимости создания структуры неопределенности, то методы новой парадигмы BANI-мира основываются на противопоставлении. Понятию «хрупкость» - устойчивость, децентрализация, отсутствие концентрации, образование резерва на случай отказа или сбоя системы. Негативная, недостоверная информация вызывает тревожность. Противопоставление беспокойству – это осознанность, стрессоустойчивость, эмпатия, без отрицания проблем. Нелинейность в экономике может проявляться явлением скрытого гистерезиса. В нелинейном мире причина и следствие кажутся несвязанными или непропорциональными, приложенные усилия неравнозначны полученному результату, наблюдается системный эффект. Квантовая логика, понимание того, что возможно существование других систем, недостающих переменных и информации, концепция «сглаживания кривой» являются инструментом для менеджмента в современных экономических условиях.

Непостижимость вызвана «информационной перегрузкой», непониманием логики искусственного интеллекта. Таким образом, незнание, непонимание, невозможность предугадывать или планировать следует заменить понятием «интуитивность».

Стоит отметить, что в концепции VUCA – мира, что в концепции BANI, устойчивое развитие занимает важное место в методах адаптации к быстрой изменчивости и хаотичности происходящего. Концепция устойчивого развития была представлена Комиссией Брундланда по созыву ООН в 1983 году. Хотя экономисты в 1970-е годы для описания экономики в равновесии с основными экологическими системам использовали термин «устойчивость».

Для вывода из кризиса мировой экономики, Ассоциация ответственного инвестирования (PRI) в 2006 году разработала шесть Принципов ответственного инвестирования. С целью сближения компании с ожиданиями общества, стратегии бизнес-моделей компании, должны быть ориентированы на решение задач экологического, социального характера, а также корпоративного управления (Environmental. Social. Governance - ESG) [3]. В 2015 году саммит ООН разрабатывает и публикует 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР). Следует отметить, что концепция ESG неразрывно связны с понятием «устойчивое развитие».

У понятия «устойчивое развитие» есть несколько определений. Оно неоднозначно, так как в само это понятие в глобальном аспекте входят политические, экономические, экологические и социальные факторы[2].

В Российской Федерации разработан и принят к действию национальный стандарт ГОСТ Р 54598.1 – 2015 «Менеджмент устойчивого развития» [5]., где предлагается руководство и методология для повышения производительность и эффективность деятельности компаний. В данном стандарте понятие «устойчивое развитие» (sustainable development): трактуется как: «Развитие, удовлетворяющее потребностям настоящего времени, не ставя под угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои потребности.» Устойчивое развитие относится к объединению целей обеспечения высокого качества жизни, здоровья и благополучия с социальной справедливостью и поддержанием способности Земли поддерживать жизнь во всем ее разнообразии. Эти социальные, экономические и экологические цели являются взаимозависимыми и взаимоподдерживающими. Устойчивое развитие следует рассматривать как способ выражения широких ожиданий общества в целом [2].

Под термином «устойчивое развитие» как экономическая категория (устойчивое экономическое развитие) необходимо понимать единый процесс, в результате которого наблюдается непрерывное улучшение основных экономических показателей предприятия. Результаты устойчивого развития характеризуется непрерывным улучшением финансовых показателей, повышением эффективности использования имущества и полным выполнением всех обязательств организации [2]. Таким образом, устойчивое развитие предприятия представляет из себя такой постоянный управленческий процесс в деятельности компании, который должен отслеживать достижение ее корректных бизнес целей.

Модели, предложенные С. Глазьевым и В. Мау, такие как: - «наращивание», где предполагается перенос инноваций, которые были разработаны и опробованы на практике в других компаниях; - «догоняющего» развития, это внедрение уже выпускавшейся инновационной технологии или продукции; и опережающей модернизации. Для достижения устойчивого развития компании могут использовать или одну и вариативные модели. Приоритетная модель это модель опережающей модернизации. Хотя, определение векторных направлений технологического прогресса емкая задача, однако возможность получить максимальные выгоды при ее внедрении, достичь высокой конкурентоспособности. Опережающая модель развития может и негативно повлиять на устойчивость экономического состояния компании, но при стратегии развития данная модель предпочтительнее своею эффективностью. Инновационные технологии, модернизация основных фондов, приводит к повышению отдачи и эффективности, а, следовательно, и к производственной устойчивости предприятия. Реализация конкурентоспособной продукции ведет к повышению рыночной и финансовой устойчивости[1]. Следуя концепции ESG, модель опережающего развития поощряет ресурсосберегающие технологии, снижает выбросы в окружающую среду и отходы производства, таким образом, ведет к экологической устойчивости предприятия.

Анализируя исследования McKinsey & Company, выявилось, управленческие мероприятия при планировании развития компании имеют достаточное число инициативных проектов, направленных на развитие компании в модели устойчивого развитии. Однако, при дальнейшем рассмотрении, менеджмент отказывается от большинства из них, так как компания не имеет практической возможность осуществить их в реальности. Если, стратегические планы достижения устойчивого развития включают множественные аспекты, такие как: - охрана окружающей среды, управления человеческими ресурсами, нормы корпоративного управления, соблюдение прав человека, таким образом формируя фрагментарный подход к развитию. Исследования показывают, что только в малом количестве случаев, такой подход может создать экономическую ценность. Конкурентоспособные компании создают единую стратегию, где ставят целью реализации не более 5 стратегических приоритетов. Исследования показывают, что такие компании достигают финансовой устойчивости.

На практике, для эффективности управления предприятием, перманентному контролю за достижением целей устойчивого развития, легко применима методика оценки интегрального коэффициента устойчивого развития.

Методика оценки интегрального коэффициента устойчивого развития представляется

как средний геометрический из коэффициентов, выраженных в долях единицы, по общей формуле [1, 2, 6, 7, 8] (формула 1.1):

$$Y = \sqrt[n]{\alpha 1 * K1 * \alpha 2 * K2 * \dots * \alpha n * Kn} \quad , \qquad (1.1)$$

Где: У - интегральный показатель устойчивого развития предприятия;

α - вес показателя, определяемый экспертным путём;

K - показатель, выраженный в долях единицы;

n - количество используемых показателей.

Круг таких коэффициентов достаточно широк автор предлагает следующие наборы коэффициентов, основные из которых представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели устойчивого развития предприятий

Экономические показатели	
Финансовые коэффициенты	**Технологические коэффициенты**
маневренности и автономии	годности основных фондов (ОФ)
текущей платёжеспособности	обновления ОФ
финансовой зависимости	прироста ОФ
Организационные коэффициенты	**Производственные коэффициенты**
эффективности управления	производственной устойчивости
экономичности оргструктуры	рентабельность производства
чистая прибыль на 1 работника управления	производственного потенциала
Маркетинговые коэффициенты	**Инвестиционные коэффициенты**
изменения объёмов продаж	Инвестиционной активности
маркетинговых затрат	Инвестиций в основной капитал
доля рынка	Инвестиций в НИОКР
оборота товарных запасов	Финансовых инвестиций
Инновационные коэффициенты	
прогрессивности оборудования	обновления активной части ОФ
прироста производительности труда	обновления продукции
Экологические показатели	
безотходность производства	уровень использования вторичного сырья
коэффициент ресурсосберегающих технологий	уровень загрязнения окружающей среды
Социальные показатели	
стабильность кадров	обеспеченность нормальных условий труда
отношение средней зарплаты на предприятии к средней зарплате по отрасли	задолженность по зарплате на 1 работника

Таким образом, конкурентное преимущество компаний в текущих быстроменяющихся условиях, будет ориентация на цели устойчивого развития. Учитывая условия внешней экономической, политической, экологической среды, которые характеризуются своей непрогнозируемостью, нелинейностью, непостижимостью и содержат в себе другие признаки хаотичного состояния, направленность стратегии управления на модель «опережающего развития», особенно в условиях ограниченных ресурсов, является значимым в нестабильной экономической ситуации. ESG-инициативы дают преимущество компаниям на всех этапах цепочки создания ценности — от сокращения затрат до получения конкурентных преимуществ на рынке инвестиций. Объединение инициативы устойчивого развития со стратегическими, использование ESG подхода для повышения акционерной стоимости, обеспечивает долгосрочные конкурентные преимущества.

Список источников

1. Бережная Е.В., Бережной В.И. Математические методы моделирования экономических систем: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2006. - 432 с.
2. Дзеранова С. Ю. Критерии рисков, влияющих на устойчивое развитие машиностроительного предприятия / С. Ю. Дзеранова // Корпоративная экономика. – 2020. – № 3(23). – С. 43-49.
3. Карелина М.Г., Дзеранова С.Ю. Интеграция принципов ESG в бизнес-модель компании // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования : Тезисы 80-й международной научно-технической конференции, Магнитогорск, 18–22 апреля 2022 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2022. – С. 251.
4. Немцев В.Н. Информационная экономика XXI века: новые финансовые технологии и проблема риска//Корпоративная экономика. – 2020. – №3(23) – С. 50-65.
5. ГОСТ Р 54598.1 – 2015 «Менеджмент устойчивого развития» [Электронный ресурс]. – режим доступа: URL: https: //allgosts. Ru /03/ 100/ gost _r_54598.1-2015 (20.07.2022)
6. Jamais Cascio Facing the Age of Chaos [Электронный ресурс]. – режим доступа: URL: https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d

УДК 33

ОЦЕНКА СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА МАГАДАНСКОЙ ОБЛАСТИ

ХМАРУК КРИСТИНА ОЛЕГОВНА
магистрант
ФГБОУ ВО «Северо-Восточный государственный университет»

Аннотация: Малый бизнес оказывает значительное влияние на социально-экономическое развитие регионов Российской Федерации. Развитие малого предпринимательства способствует созданию новых рабочих мест и обеспечивает занятость населения, развивает экономический сектор и конкурентную среду регионов, а также обеспечивает удовлетворение местных рынков товарами и услугами. В данной статье проведена оценка сферы малого предпринимательства Магаданской области.
Ключевые слова: Малое предпринимательство, Магаданская область, роль малого предпринимательства, рыночная экономика.

ASSESSMENT OF THE SPHERE OF SMALL BUSINESS IN THE MAGADAN REGION

Hmaruk Kristina Olegovna

Annotation: Small business has a significant impact on the socio-economic development of the regions of the Russian Federation. The development of small entrepreneurship contributes to the creation of new jobs and provides employment for the population, develops the economic sector and the competitive environment of the regions, and also ensures the satisfaction of local markets with goods and services. This article evaluates the sphere of small business in the Magadan region.
Key words: Small business, Magadan region, the role of small business, market economy.

Экономика в России в настоящее время развивается по рыночным законам, что в значительной мере влияет на развитие предпринимательства, как малого, так и среднего и микробизнеса. В регионах все больше внимания уделяется поддержке предпринимательства на государственном и муниципальном уровне.

Магаданская область характерна суровыми природно-климатическими и социально-экономическими условиями проживания людей. Она богата золотом, серебром, другими минеральными и водно-биологическими ресурсами, которые нуждаются в постоянном освоении. Существенный вклад в решение этой задачи может внести предпринимательство [1].

Рассмотрим распределение предприятий и организаций по формам собственности в Магаданской области в 2019-2020 годах (на конец года) в таблице 1. Анализ проведен по данным статистики по Магаданской области [2].

Таким образом, по данным таблицы 1 можно сделать вывод, что в целом, на конец 2020 г. общее число организаций снизилось на 115 единиц. Организации государственной формы собственности за рассматриваемый период снизились на 4 единицы. В 2019 г. они составили 7,4 % от общей численности, а в 2020 г. – 7,5 %. Организации муниципальной формы собственности так же снизились – на 3 единицы. В 2019 г. они составили 8,1% от общей численности, а в 2020 г. – 8,2%.

Таблица 1

Распределение предприятий и организаций по формам собственности в Магаданской области в 2019-2020 годах

Показатели	2019 г.	2020 г.	Изменение 2020 г. к 2019 г.
Всего	4 201	4 086	-115
в том числе по формам собственности:			
государственная	309	305	-4
удельный вес, %	7,4	7,5	-
муниципальная	339	336	-3
удельный вес, %	8,1	8,2	-
частная	3 147	3 051	-96
удельный вес, %	74,9	74,7	-
собственность общественных и религиозных организаций (объединений)	279	280	1
удельный вес, %	6,6	6,9	-
прочие формы собственности, включая смешанную российскую, иностранную, совместную российскую и иностранную	127	114	-13
удельный вес, %	3,0	2,8	-

Наибольший удельный вес в общей численности организаций Магаданской области составили организации частной формы собственности. За рассматриваемый период их количество снизилось на 96 единиц. В 2019 г. удельный вес предприятия предпринимателей составили 74,9%, а в 2020 г. – 74,7%.

Собственность общественных и религиозных организаций (объединений) в 2019 г. составляла 6,6% от общего количества организаций, а в 2020 г. – 6,9%.

Организации прочей формы собственности, включая смешанную российскую, иностранную, совместную российскую и иностранную составили наименьшую долю в общей численности организаций – 3% в 2019 г. и 2,8% в 2020 г.

Таким образом, можно сделать вывод, что частная форма собственности предприятий, которая и составляет предпринимательские структуры в регионе, является ведущей.

На конец 2020 года в Магаданской области среднесписочная численность работников (без внешних совместителей) малых предприятий (без микропредприятий и среднего бизнеса) 6 832 человек. Наибольшее количество было трудоустроено в сфере экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Транспортировка и хранение» и «Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов».

Проанализируем число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2020 г. (см. табл. 2) [3].

По данным таблицы 2 можно сделать вывод, что наибольшую долю малых предприятия приходится на такую экономическую деятельность, как «Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» - 25,8%. Около 16% среди всех предприятий малого бизнеса приходится на предприятия, занимающиеся добычей полезных ископаемых и транспортировкой и хранением (15,7% и 16,2% соответственно). Далее идут предприятия, созданные в отраслях «Строительство» и «Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги» (8,3% и 8,7% соответственно). Предприятия, ведущие свою деятельность в сфере «Обрабатывающие производства» составляют 4,8%. На остальные сферы деятельности приходится около 3% и меньше.

Малый бизнес более гибкий в решении производственных задач: быстрее реагирует на изменение спроса, более мобилен в учете вкусов и предпочтений потребителей. Важную роль малый бизнес играет в предоставлении бытовых услуг населению.

Таблица 2

Число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2020 г.

Показатели	Единиц	В процентах к итогу
Всего	229	100
из них по видам экономической деятельности:		
добыча полезных ископаемых	36	15,7
обрабатывающие производства	11	4,8
строительство	19	8,3
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	59	25,8
транспортировка и хранение	37	16,2
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	20	8,7
прочие	47	20,5

Малый бизнес вносит существенный вклад в добычу и переработку рыбы и морепродуктов, хлеба и хлебобулочных изделий, мясных полуфабрикатов, колбасных изделий [2].

Малые предприятия в Магаданской области распределены неравномерно, около 78% находятся в городе Магадане и лишь 22% в остальных городских округах.

Не смотря на активную поддержку предпринимателей, особенно в ковидный и постковидный периоды, в деятельности субъектов малого предпринимательства на территории Магаданской области отмечаются определенные проблемы, показанные на рисунке 1 [3]:

Рис. 1. Проблемы малого предпринимательства Магаданской области

С 2009 года на территории Магаданской области государственную поддержку малого предпринимательства осуществляет некоммерческая организация «Магаданский региональный фонд содействию развития предпринимательства» [4]. С его помощью деятельность предприятий малого бизнеса становится более организованной.

В результате, получение государственной поддержки малыми и средними предпринимательскими структурами способствует улучшению благосостояния региона и повышению качества жизни населения.

Список источников

1. Найдёнова Л.В., Бутикова Н.Ю. Характерные черты предпринимательства и его роль для Магаданской области // ПСЭ. 2013. – №3 (47). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/harakternye-cherty-predprinimatelstva-i-ego-rol-dlya-magadanskoy-oblasti (дата обращения: 20.07.2022).
2. Магаданская область в цифрах. 2021: Крат. стат. сб. /Хабаровскстат - г. Магадан, 2021. – 111 с.
3. Голубева А.А. Общие тенденции и проблемы развития малого бизнеса в Магаданской области // Студенческий вестник. 2021 г. – № 40-4 (185). С. 81-83
4. Постановления администрации Магаданской области от 24.03.2009 г. №116-па «О создании некоммерческой организации «Магаданский региональный фонд содействия развитию предпринимательства».

© Хмарук К.О. 2022 г.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 33.332

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ СФЕРЫ ПОСРЕДСТВОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

МАХМУДОВ САИДКАРИМ САИДАХМАДОВИЧ
самостоятельный соискатель
Ташкентский государственный аграрный университет

Аннотация. Если принимать во внимание то, что помимо значимости государственных инвестиций в сельское хозяйство в развитии отрасли, необходимо эффективно их использовать, значит, при оценке влияния инвестиций в отрасль нужно обращать внимание на многие показатели и системно подходить к этому. Поскольку значительная часть населения проживает в сельской местности и их благосостояние напрямую связано с сельскохозяйственным производством и сферами услуг по нему, это требует государственного вмешательства на раннем этапе экономического развития.
Ключевые слова: инвестиция, доход, бюджет, сельское хозяйство, эффективность, товар, экономика, развитие, объект, отрасли, фонд.

Мировое сельское хозяйство обеспечивает население продовольственной продукцией, а промышленность – сырьём. Модернизация, интенсивное развитие отрасли, создание основных и оборотных средств в отрасли, изготовление качественной и конкурентоспособной продукции, обеспечение внутреннего потребления наряду с увеличением экспорта готовой продукции осуществляется через вложение инвестиций в отрасль.

Оценка эффективного использования вкладываемых в сельское хозяйство инвестиций и повышение возвратности инвестиций считается одной из важных задач, стоящих перед правительством. Такие задачи наряду с экономическим развитием отрасли также непосредственно улучшают, современизируют её социальные аспекты.

В развитии экономики осуществление реформ в сфере сельского хозяйства связано с эффективным использованием централизованных инвестициооных ресурсов, выделяемых государством. А эффективное использование инвестиций требует глубокого изучения сферы, рациоанального подхода с научным изучением её.

В период начала третьего ренессанса для экономики нашей страны проводимые перемены в аграрной сфере и модернизация сферы непосредственно связаны с инвестициями, направляемыми на сельское хозяйство. Растёт актуальность изучения эффективно применяемых в зарубежных странах методологических разработок и способов, их целевого и адресного использования при экономической оценке результата вложения государством инвестиций в производство продукции в сельском хозяйстве.

Осуществлён маржинальный анализ прибыли фермерских хозяйств повышения на 1 процент привлечённых инвестиционных средств. То есть, научно обосновано, что повышение на 1 процент привлечённых в фермерские хозяйства инвестиционных средств увеличивает количество, прибыли в отрасли на 0,216 %.

Инвестиции играют важную роль в непрерывном осуществлении реформ социально-экономических сфер в наше стране, развитии отраслей и сфер, стабильном развитии интеграционных процессов между ними и развитие их привлечения осуществляется посредством активной инвестиционной политики. В результате, в это влияет на повышение объёма выпускаемой продукции в сельскозояйственной деятельности с точки зрения количества и качества и создаётся фундамент для укрепления родовольственной безопасности страны, увеличению экспортного потенциала посредством

обеспечения населения сельскохозяйственными продуктами, а перерабатывающую промышленность сырьём. Уменьшается доля выделяемых в сельское хозяйство инвестиций в общем объёме инвестиций, расходованных на отрасли экономики. Конечно, перемены на разных этапах реформ в аграрной сфере по разному влияли на прогнозные показатели.

Таблица 1

Результаты модель ARIMA

	ARIMA (1,0,0)	ARIMA (1,1,0)	ARIMA (2,0,0)	ARIMA (2,0,2)
Неизменная стоимость	79419.83	925.19	75085.37	9651.62
L1.ar	.98***	-.39***	1.56***	1.97***
L2.ar			-.58***	-.99***
L1.ma				-1.99***
L2.ma				1.00***
L3.ma				
AIC	688	630	678	649
BIC	692	634	684	656

* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01 данные в скобках считаются стандартной ошибкой
Источник: расчёт автора на основе статистических данных

Согласно модели ARIMA, эффективность привлечения инвестиций в сельское хозяйства и перспективные прогнозные показатели были спрогнозированы на срок до 2030 года. Полученные прогнозные показатели дали тенденцию постоянного увеличения валового дохода в сельском хозяйстве.

При осуществлении анализов были взяты финансовые результаты, основные экономические показатели 2021 года. При этом были взяты полученая от деятельности прибыль фермерских хозяйств, привлечённые в 2021 году инвестиционные средства, уставной фонд, общая посевная площадь, среднее количество трудовых ресурсов, срок стоимости полученной инвестиции (до 1 года краткосрочный; до 3 лет среднесрочный; до 5 лет и больше долгосрочный), отрасль деятельности, возвраст, пол и образование руководителя фермерского хозяйства. В частности, если полученая от деятельности прибыль фермерских хозяйств, инвестиционные средства, уставной фонд, посевная площадь, трудовые ресурсы и возраст руководителя фермерского хозяйства были выражены в количественном показателе, то инвестиционный срок, отрасль деятельности, пол и образование были взяты как качественные показатели и был проделан маржинальный анализ воздействия каждого фактора.

Полученные результаты показывают, что повышение на 1 процент привлечённых в фермерские хозяйства инвестиционных средств увеличило количество прибыли в отрасли на 0,216 %. Однако, на основании результатов данного анализа не можем утверждать о том, что фермерские хозяйства эффективно использовали инвестиционные средства. Мы можем говорить лишь о их важной статистичекой значимости при получении прибыли. В частности, важное значение имеет привлечение инвестиционных средств в процессы, связанные с осуществлением многоотраслевой деятельности в расширенном перепроизводстве или производстве и стабилизацией уставного фонда (использованием инновационной техники и технологий) в фермерских хозяйствах. В деятельности фермерских хозяйств увеличение уставного фонда на 1 % повышает количество полученной от деятельности прибыли на 0,172 %. Это положительно влияет на производственную результативность как и приформировании уставного фонда за счёт собственных средств, так и за счёт кредитных средств. Хотя, формирование уставного фонда непосредственно связано с объёмом посевной площади фермерского хозяйства. Если объём посевной площади фермерских хозяйств увеличивается на 1%, это увеличивает количество полученной от деятельности прибыли на 0,445 процентов. Однако, увеличение вкладываемых в деятельность инвестиционных сроков на 1 единицу, то есть с краткосрочных на

среднесрочные, с среднесрочных на долгосрочные увеличивают количество прибыли на 0,058%. В частности, привлекаемые в деятельность фермерских хозяйств инвестиционные сроки, а именно вкладываемые в основные средства инвестиции могут положительно влиять на результат производства.

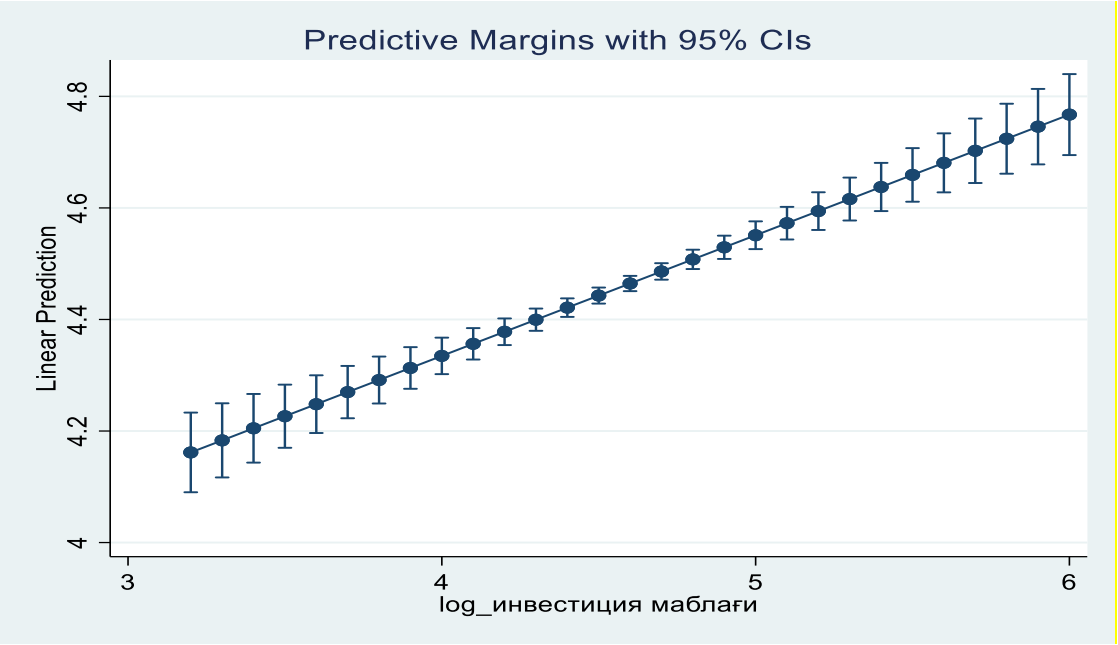

Рис. 1. Графическое выражение маржинального воздействия инвестиционных средств на количество прибыли, полученной от деятельности фермерских хозяйств

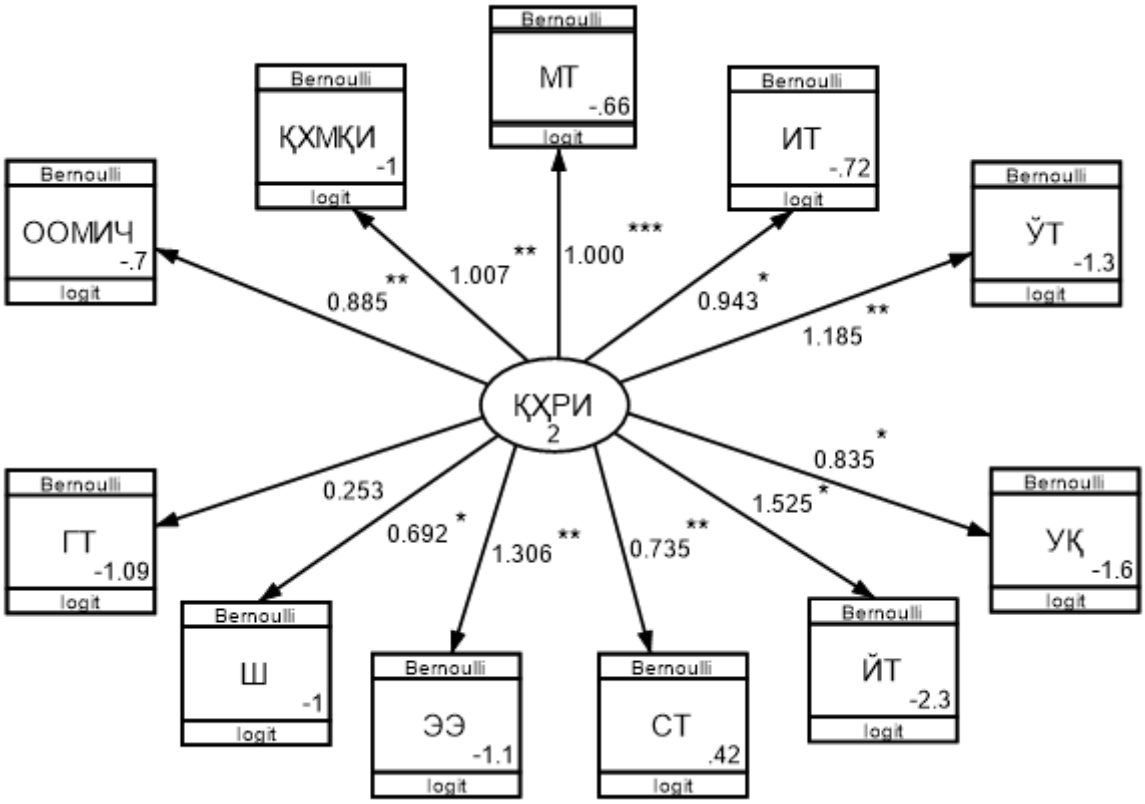

Рис. 2. Статистический анализ состояния развитие сельских местностей

Источник: Данные социального опроса, проведённого научным исследователем

Индекс развития сельских местностей, если какая-то сельская местность приблизилась к коэффициенту 1, её социально-экономическое состояние считается более развитым по отношению к другим сельским местностям. То есть, при этом развитие сельских местностей может быть осуществлено за счёт государственных инвестиций или средств местного населения, предпринимателей.

Существует связь между государственными инвестициями и индексом развития сельских местностей. То есть, государственные инвестиции, расходуемые на развитие сельских местностей, имеют положительный характер. Однако, без модельного анализа не имеется возможности объяснить, в какой степени государственные инвестиции воздействуют на индекс развития сельских местностей. При экономической оценке воздействия государственных инвестиций на Индекс развития сельских местностей индекс развития сельских местностей была использована модель линейной регрессии.

Инвестиции играют важную роль в обеспечении экономического роста в сельском хозяйстве, сокращении бедности в сельких местностях и обеспечении продовольственной безопасности. Инвестиции в сельском хозяйстве выражаются в различных формах. В частности, они нааправляются на освоение фермерскими хозяйствами новой техники и технологий, приобретение породистых животных, улучшение состояния почвы или строительства зданий в составе хозяйств.

Выявлено, что средний возраст изученных фермерских хозяйств составляет 41 год и руководители хозяйств имеют в среднем по 13 лет опыта. А также, было проанализировано, что 51 процентов фермерских хозяйств в течении деятельности брали субсидии, в 22 процентов фермерских хозяйств привлекались государственные инвестиции, в 35 процентов фермерских хозяйств привлекались частные инвестиции в систему орошения и 39 процентов фермерских хозяйств пользовались льготными кредитами для деятельности. Также, выявлено, что 62 процента руководителй изученных фермерских хозяйств имеют средн-специальное, 7 процентов среднее или закончившие среднюю школу и около 30 процентов имеют высшее образование.

На основании данных, полученных в виде опроса в разрезе фермерских хозяйств было пронализировано воздействие на изменение валового дохода привлечённых в их деятельность кредитов, государственных инвестиций и использованных частных инвестиций в систему орошения, субсидий, а также образования и опыта руководящих сотрудников. Существет ряд эконометрических моделей и подходов при осуществлении эмпирических анализов, в данной работе мы провели анализы с исползованием модели “самых маленьких квадратоов” – “Ordinary Least Square” (OLS). Модель “Ordinary Least Square” (OLS) считается удобной при проведении эмпирических анализов в социально-экономических направлениях, в частности, при анализе связей между факторами с продолжительной результативностью. В ходе этого исследования была поставлена цель именно изучить воздействия инвестиций и финансовых активов на валовый продукт фермерских хозяйств, поэтому эта модель была признана соответствующей для анализов и анализы проводились в условиях “максимальной вероятности” (ML). В нашей модели в качестве несвободной переменной или результативного фактора считается валовый продукт фермерских хозяйств, а свободными пременными или факторами, влияющими на результат, считаются возраст, опыт, образование руководителей хозяйств, кредит, субсидия, государственные и вложенные на орошение инвестиции и формула модели на основании вышеизложенных факторов была усовершенствована следующим образом:

В заключении хочется отметить, что государственные инвестиции являются важнейшим средством экономической политики, создают экономические условия и социальные возможности, обеспечивающие благосостаяние граждан в каждой стране. Эффективность финансовой поддержки фермерских хозяйств Фондом государственной поддержки сельского хозяйства за счёт государственных бюджетных средств была экономическии оценена на примере фермерских хозяйств фермерских хозяйств Самаркандской области. Как показали результаты, установлено, что повышение привлечённых в деятельность фермерских хозяйств инвестиционных средств на 1 %га увеличивает количество получаемой от отрасли прибыли на 0,216 %.

Список источников

1. А.Абдуганиев и А.А.Абдуганиев. Экономика сельского хозяйства. Учебник.-Т., 2004 г.
2. UNDP. Assessment of Development Results: Evaluation of UNDP Contribution-Uzbekistan.; 2009. doi:10.18356/df68e7e3-en
3. Makhmudov S. Усовершенствование инвестиционной среды при финансировании инвестиций //Архив научных исследований. – 2020. – Т. 35.
4. Sanaev G, Kim KR, Hasanov S, Ganiev I. Review of postharvest aspects of fruits and vegetables subsector in Uzbekistan. Connect local Glob food Sustain Solut public food Procure. 2015;14:557.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 33

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

МАТОВ МАКСИМ БОРИСОВИЧ
магистрант
ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) Федеральный Университет имени М.В. Ломоносова»

Аннотация: В данной работе рассматривается понятие конкурентоспособности и ее аспекты в разных сферах деятельности. Поднимаются вопросы и предлагаются способы раскрытия, а также реализации конкурентоспособных преимуществ России государством на экономическом и мировом рынке.
Ключевые слова: конкурентоспособность, рынок, ресурс, государство, страна, конкуренция, предприятие, природные ресурсы.

CURRENT TRENDS IN COMPETITIVENESS

Matov Maxim Borisovich

Abstract: This paper discusses the concept of competitiveness and its aspects in various fields of activity. Questions are raised and ways are proposed to reveal, as well as to implement the competitive advantages of Russia by the state in the economic and world markets.
Key words: competitiveness, market, resource, state, country, competition, enterprise, natural resources.

Конкурентоспособность — это своего рода своеобразная особенность объекта, которая позволяет характеризовать себя и превзойти своих аналогичных объектов в определенных условиях и задачах. Обуславливается тем, что имеет реальную возможность приобретения им той потребности, которая схожа или абсолютно идентична с другими объектами, находящимися на экономическом рынке. Это способность не только выдержать всю конкуренцию со стороны других аналогичных фирм или предприятий, но и выделиться на их фоне.

Чтобы предприятию иметь такую выдерживающуюся функцию, как конкурентное преимущество, нужно иметь не только устойчивый фундамент, но и развивающиеся предпосылки в экономическое будущее. Не всякое предприятие может «похвастаться» таким качеством. Относительно того, как меняется на нынешнем рынке экономика страны.

Что же касается конкурентного преимущества страны, так это возможность и способность этнических разработчиков и производителей реализовать свой собственный произведённый товар на экономическом рынке, да бы не только поддержать, но и усовершенствовать производство. Повысить рентабельность и уровень жизни. Нужно не принимать импорт, как это свойственно нашему государству, а производить и делать экспорт увеличивая своим производством спрос и предложение. Это нас должны остерегаться, как конкурентов эффективного и сильного государства на межнациональном рынке.

Мы порой задаемся вопросами: как наша с вами страна может принять участие во внешнеэкономическом конкуренционном турнире? И какие у нее есть для этого преимущественные права и предпосылки? И что нужно сделать, чтобы приобрести новые сильнейшие преимущества? А самое главное для каких, собственно, целей ей все это нужно? Определенно точно одно, что любая страна стремится повысить и улучшить свою экономику.

И вообще есть ли такая возможность, и тем более право на существование и жизнь именно такого понимания, как конкурентоспособность страны. Да абсолютно уверенно можно ответить: да имеет.

Но с ограничением. Все мы понимаем, что каждой стране нужны финансовые накопления, просто не каждая страна знает, зачем они ей нужны. И какую роль, и функцию они должны выполнять. Просто порой такое ощущение складывается «попали в руки деньги» где раскидали, где припрятали, а в итоге ничего существенно так и не сделали. Прям жизненный пример. Только с одной огромной разницей, то, что наше — это наше заработанное-трудом и мы в праве тратить, как и куда захотим. А вот со страной все обстоит иначе, у нее наше заработанное: в виде тех налогов, которые мы платим, и она тратит именно наши средства. Так почему мы работаем на государство? А государство на нас нет!

Наше государство в последнее время занималось наведением внешнеэкономических связей, да бы разыграть конкурентную позицию, а занималось «залатанием» своих собственных дыр» в бюджете страны. Поэтому за умением искусно доставать и привлекать финансы, должно стоять искусное умение точно поставить цели:

- для каких целей нужны денежные средства нашему государству;
- какая сумма необходима;
- именно ли за границей ей суждено найти, что ей нужно;
-что и в каком виде ей необходимо за границей.

Да и вообще нужно четко понимать, что наша страна — это не какое-то предприятие или фирма. Поэтому намеченные и поставленные цели должны кардинально отличаться. Наша страна — это то место, где мы живем, и как мы живем, лицо нашего образа жизни, все остальные аспекты должны быть второстепенными.

Все то, что организованно людьми-то и может выступать фирмой. А не общество со сложившейся историей, внутри страны. Хотя если поглубже копнуть в историю, то где-то в середине 20 века если у фирмы не было исторических предпосылок, то прибыль им только «снилась».

В процессе внедрения инноваций почти все ресурсы страны стали снижаться, абсолютно точно можно заметить, что имея один только потенциал, как говорится «сыт не будешь» с такими резервами стране не выиграть в конкурентной борьбе за главенствующую роль на внешнеэкономическом рынке. Поэтому возникают разного рода предположения ввиду отклонения от теории свободной торговли. Хотя если проследить на примере Японии, они так же обладают малыми запасами, но у них постоянный экономический рост и увеличивается уровень жизни, если еще взять во внимание то, что Япония почти не относится к промышленным странам.

Если взять Россию, часть Африки - эти страны наделены громадными природными ресурсами, но находятся в конце мировых рейтингов. Понимаете, получается так, что имеем возможности и повышать и рейтинги, и рентабельность страны, и составлять конкурентоспособность другим странам, именно только по природным ресурсам. Одна проблема не можем всем эти правильно и с прибылью именно для своей страны пользоваться. Наша страна такая богатейшая страна на наличие природных ресурсов, и что в итоги? Все за даром продается, прощаются долги другим странам, за то свой собственный народ живет можно сказать в нищете. Что касается недр Земли так с России выкачали почти все черное золото.

Почему страны, которые раньше имели возможность получать доходы и прибыль от ресурсной империи утрачивают эту возможность?

Лишь страны Ближнего востока могут быть конкурентоспособными так они могут выступать предпринимателями на мировом рынке нефти, они способны вследствие этого поддержать высокий уровень жизни, и рост экономики. Эти страны являются абсолютным исключением сложившегося правила.

Что же тогда сможет нам обеспечить мировую конкурентоспособность если не наши ресурсы? А ответ существует — это инвестиции. Конкурентоспособность будет непосредственно и прямолинейно связана с вложениями в исследования, всякого рода разработки, в образовании инноваций. Нужно именно создать конкуренцию на рынке технологий.

Технологические преимущества будут заключаться в инвестировании инноваций по теории М. Портера, а именно абсолютное искусство порождать ресурсы, которых абсолютно нет в реальности.

М. Портер пишет: «При многонациональной конкуренции ТНК имеют автономные филиалы в

каждой стране и управляют ими примерно так же, как банки распоряжаются ценными бумагами. При глобальной же конкуренции фирмы стараются получить гораздо большее преимущество от своего присутствия в разных странах, размещая свою деятельность в разных странах и четко согласовывая ее».

Чтобы всё-таки понизить определенные страны в рейтинговой сетке и уменьшить их конкурентоспособность на экономическом рынке нужно просто найти замену арабской нефти.

Одно остаётся пока для нас точным, наша страна имеет большие ресурсы, но они не реализованы, в чем есть особое преимущественное право для увеличения конкурентного преимущества. Так же к преимуществам можно причислить уникальнейшее евразийское международное положение России, сохранность статуса именно великой державы, богатейшие природные ресурсы (если их с умом использовать); наши национальные традиции.

Государство должно выработать свою стратегию правильного выделения градиентов и преимущества преобразования, все должно быть ориентированно на устойчивость жизни, с этим мы не только достигнем уровня конкурентоспособности страны, но и уровня глобальной конкурентной среды.

Список источников

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика/Г.Л. Азоев - М.: Центр экономики и маркетинга, 2020.
2. Адрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. - МЭ и МО, 2020.
3. Хамиков Э.М. Инновации, как современный инструмент конкурентной борьбы; библиография // Вопросы экономических наук. – 2021.
4. Рей А. Конкурентные стратегии государства и фирм в экспортно ориентированном развитии. - Вопросы экономики, 2019.
5. Бекетов Н. Перспективы развития национальной инновационной системы России. - Вопросы экономики, 2021.

© М.Б. Матов, 2022

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
г. Пенза, 30 июля 2022 г.
Под общей редакцией
кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 31.07.2022.
Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 2,5

МЦНС «Наука и Просвещение»
440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10
www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
15 августа	VII Международная научно-практическая конференция **АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1465
15 августа	IV Международная научно-практическая конференция **НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1466
15 августа	VI Международная научно-практическая конференция **НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1467
15 августа	XX Международная научно-практическая конференция **ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1468
15 августа	IV Международная научно-практическая конференция **МОДЕРНИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1469
15 августа	X Международная научно-практическая конференция **ЮРИСПРУДЕНЦИЯ, ГОСУДАРСТВО И ПРАВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1470
17 августа	II Международная научно-практическая конференция **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1471
17 августа	IV Международная научно-практическая конференция **ФОРУМ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1472
20 августа	XXVI Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1473
20 августа	III Международная научно-практическая конференция **НАУКА, ОБЩЕСТВО, ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1474
23 августа	VIII Международная научно-практическая конференция **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1475
23 августа	XIV Всероссийская научно-практическая конференция **МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ РОССИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1476
25 августа	XXVI Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1477
25 августа	Международная научно-практическая конференция **ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1478
25 августа	Международная научно-практическая конференция **ПЕДАГОГИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1479
25 августа	Международная научно-практическая конференция **ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1480
27 августа	II Международная научно-практическая конференция **НАУКА, ИННОВАЦИИ, ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ XXI ВЕКА**	90 руб. за 1 стр.	МК-1481

www.naukaip.ru