

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



# **ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:**

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**  
СБОРНИК СТАТЕЙ XV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,  
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 АПРЕЛЯ 2023 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА  
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»  
2023

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 XV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 134 с.

ISBN 978-5-00173-761-2

Настоящий сборник составлен по материалам XV Международной научно-практической конференции **«ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ»**, состоявшейся 5 апреля 2023 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.), 2023  
© Коллектив авторов, 2023

ISBN 978-5-00173-761-2

### 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  
**Казданиян 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

<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b> .....	7
ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF CURRENT ASSETS OF THE ORGANIZATION ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ, ХАЕРТДИНОВА ВЕНЕРА РАФХАТОВНА.....	8
ANALYSIS OF THE COMPANY'S SOLVENCY INDICATORS ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ, БАКАРЖИЕВ ИВАН ВЛАДИМИРОВИЧ.....	12
WAYS TO INCREASE PROFITABILITY AT THE ENTERPRISE ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ, ПШЕНИЧНЯК АНГЕЛИНА НИКОЛАЕВНА.....	15
<b>МЕНЕДЖМЕНТ</b> .....	19
МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НОВИКОВА ГАЛИНА АЛЕКСЕЕВНА.....	20
ОБНОВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ CHINA UNICOM В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ВНЕШНИХ ВЫЗОВОВ ГО ЦЗЫХУЭЙ .....	23
АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК РОССИЙСКОЙ CRM-СИСТЕМЫ “БИТРИКС 24”. СРАВНЕНИЕ С ЗАРУБЕЖНЫМ АНАЛОГОМ “SALESFORE” ДОРОХОВ ГРИГОРИЙ ЮРЬЕВИЧ.....	27
<b>МАРКЕТИНГ</b> .....	31
АГРЕССИВНЫЙ МАРКЕТИНГ ЛЯЩЕНКО МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ, ПАНЧЕНКО ВАСИЛИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ.....	32
SMM – БУДУЩЕЕ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА? ХАМИТОВА АМИНА АЛИКОВНА .....	35
СООБЩЕСТВО СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ SMM-ПРОДВИЖЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ БИЗНЕСА ШКУРАТОВА ПОЛИНА ЮРЬЕВНА .....	39
ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЗАГОРСКАЯ ЮЛИЯ ОЛЕГОВНА.....	45
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ</b> .....	48
АПРОБАЦИЯ АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЯ NPV В ПЕССИМИСТИЧЕСКОМ СЦЕНАРИИ ВАРИАТИВНОГО ВЫЧИСЛЕНИЯ ОБЪЕМА КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ ГУЖЕВ ДМИТРИЙ АЛЕКСЕЕВИЧ .....	49

<b>НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ</b> .....	53
НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И СПОСОБЫ ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ УСЛУГ МАЛЯР ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВНА .....	54
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА ПРЕДПРИЯТИЙ ГЛАДУНОВА ДАРЬЯ ЭДУАРДОВНА .....	58
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ</b> .....	62
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПОРТОВЫХ МОЩНОСТЕЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА БОРИСОВ РОМАН ПАВЛОВИЧ .....	63
ИНТЕГРАЦИЯ ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕГАЗОВЫМИ КОМПАНИЯМИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ ВОРОБЬЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА, ПШЕНИЧНАЯ ВЕРОНИКА ВЛАДИМИРОВНА, БУЛГАКОВА ИРИНА СЕРГЕЕВНА .....	68
<b>РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА</b> .....	73
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ МАТЮХИН АЛЕКСЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ, РУСТАМОВА ИРАДА ТАЛЯТОВНА .....	74
КЛАСТЕРНОЕ РАЗВИТИЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ КОСТЕНКО ЕЛЕНА ИГОРЕВНА, СОКОЛОВА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА .....	78
МЕРЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТАСТАН КЛИМОВА ЯНА ВИКТОРОВНА .....	81
<b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> .....	84
НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРИ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БЕРАЦ АНАСТАСИЯ.....	85
DIAGNOSIS OF BANKRUPTCY RISK AND WAYS OF FINANCIAL RECOVERY OF THE ENTERPRISE ФОМИНА ГАЛИЯ ШАМИЛЬЕВНА .....	88
<b>КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ</b> .....	91
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ РАИЛКО НАДЕЖДА ВАСИЛЬЕВНА, ТАНАНАЕВА АРИНА АРТУРОВНА, ВОРОБЬЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА .....	92

<b>ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b> .....	97
ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОЛОВИНА ДАРЬЯ АНДРЕЕВНА, ДАНИЛЬЧЕНКО МАРИЯ ГРИГОРЬЕВНА, КОНДРАТЕНКО АРИНА АЛЕКСЕЕВНА, РАЛОВЕЦ НИКА АНДРЕЕВНА.....	98
КЛАССИФИКАЦИЯ ГАУССОВСКИХ ПРОЦЕССОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПАЛЬМОВ СЕРГЕЙ ВАДИМОВИЧ .....	102
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ</b> .....	105
СТАНОВЛЕНИЕ ПЛАНОВОЙ СИСТЕМЫ В КИТАЕ: ИСТОРИЧЕСКИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ КОЛЕСНИКОВ В. В., МАКАРОВ И.Н., ХОМУТЦОВА А.П. ....	106
КОНТРОЛЛИНГ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕЛАК СВЕТЛАНА ВАСИЛЬЕВНА.....	111
ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ СУББОТИН ДЕНИС ВАЛЕРЬЕВИЧ, АЛТЫНБАЕВА ЛЮДМИЛА ЕВГЕНЬЕВНА .....	114
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ</b> .....	117
НЕТИПИЧНЫЙ КРИЗИС: МЕХАНИЗМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ, СЦЕНАРИИ РЯБИКИНА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА, ОСЬКИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА, ОЛЕХОВА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА.....	118
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ</b> .....	122
НЕФОРМАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ВОЛКОВ ГЛЕБ ВИКТОРОВИЧ .....	123
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ</b> .....	128
МОГУЩЕСТВО ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ И ВОПРОС ОБ АВТОРИТЕТЕ В СОВЕТСКОМ СЕМЕЙНОМ КОЛЛЕКТИВЕ НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ .....	129

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 33

# ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF CURRENT ASSETS OF THE ORGANIZATION

ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ,

к.э.н., доцент кафедры ЭиМ

ХАЕРТДИНОВА ВЕНЕРА РАФХАТОВНА

студент

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева,  
Лениногорский филиал (ЛФ КНИТУ-КАИ)

**Аннотация:** в статье проанализированы показатели эффективности использования оборотных активов предприятия, источники их финансирования, показатели рентабельности и дана сравнительная оценка полученных результатов. Определены слабые стороны в формировании и эффективности использования оборотных активов предприятия. Предложены мероприятия по повышению эффективности использования оборотных активов предприятия.

**Ключевые слова:** оборотные активы, эффективность, оборачиваемость, анализ, капитал, рентабельность, показатель.

## АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Polyushko Yuri Nikolaevich,  
Khaertdinova Venera Rafkhatovna

**Abstract:** The article analyzes the efficiency indicators of the use of current assets of the enterprise, the sources of their financing, profitability indicators and gives a comparative assessment of the results obtained. Weaknesses in the formation and efficiency of the use of current assets of the enterprise are identified. Measures are proposed to improve the efficiency of the use of current assets of the enterprise.

**Key words:** current assets, efficiency, turnover, analysis, capital, profitability, indicator.

The results in any area of business depend on the availability and efficiency of the use of working capital, which ensure the vital activity of the enterprise. Working capital is an integral part of the company's property.

The formation of working capital occurs at the time of the creation of the organization and the formation of its authorized fund at the expense of the founders' investment funds. In the future, the minimum need of the organization for working capital is covered by its own sources: profit, authorized capital, reserve capital, etc.

The current assets management system assumes a timely analysis of the effectiveness of their use in dynamics, which determines the receipt of results to determine possible ways to improve the use of working capital in the enterprise. Indicators of working capital turnover and profitability help to assess the effectiveness of the use of current assets.

The indicators of the turnover of the working capital of LLC

"C" (the name of the company has been shortened in order to preserve trade secrets) for 2019-2021 are presented in Table 1.

The analysis of Table 1 shows that the duration of one turnover of the working capital of LLC "C" decreased by 12.0% in 2020, increased by 27% in 2021, and is due to the fact that the current assets of LLC "C" grew faster than revenue – 29.5% and 2%, respectively, by year.



Table 1

Indicators of the turnover of the working capital of LLC "C" for 2019-2021

Indicators	years			Changes, %	
	2019	2020	2021	2020/ 2019.	2021/ 2020.
Revenue, thousand rubles. (Np)	51 096	54 365	55 455	6,4	2,0
Profit from the sale of products	4 786	935	1 353	-80,5	44,7
Number of days of the period, (T)	360	360	360	0,0	0,0
Working capital balance, thousand rubles.	4 3443	40 696	52 712	-6,3	29,5
Duration of one turn, days (Тоб)	306,1	269,5	342,2	-12,0	27,0
Turnover ratio, turnover (Коб)	1,176	1,336	1,052	13,6	-21,2
Working capital load factor, cpc. (Кз)	0,850	0,749	0,951	-12,0	27,0
Return on current assets %	11,0	2,3	2,6	-79,1	11,7
Return on sales, %	9,4	1,7	2,4	-81,6	41,9

The decrease in profit from sales of LLC "C" for 2020 by 80.5%, reduced the return on working capital by 79.1%, and the return on sales by 81.6%. In 2021, the size of these indicators was better, so the return on working capital increased by 11.7%, and the return on sales of LLC "C" – by 41.9%.

The results of calculating the indicators of the current financial needs of LLC "C" for 2019-2021 are presented in Table 2.

Table 2

The results of calculating the indicators of the current financial needs of LLC "C" for 2019-2021

Indicators	years			Changes, %	
	2019	2020	2021	2020/ 2019.	2021/ 2020.
1. Reserves, thousand rubles (H)	38 871	38 337	48 456	-1,4	126,4
2. Accounts receivable, thousand rubles (DZ)	2 546	2 350	3 006	-7,7	127,9
3. Accounts payable, thousand rubles (KZ)	5 781	9 117	15 839	57,7	173,7
4. Current financial needs, thousand rubles (item 1+item2- item3) (TFP)	35 636	31 570	35 623	-11,4	112,8
5. Working capital, thousand rubles (OA)	43 443	40 696	52 712	-6,3	129,5
6. Current working capital financing ratio (item 4 : item5) (Ktf)	0,820	0,776	0,676	-5,4	87,1

As can be seen from Table 2, the level of current financial needs of LLC "C" decreased by 11.4% in 2020 compared to 2019. This decrease is mainly due to a decrease in the company's accounts receivable and inventories. In 2021, this indicator increased 2.1 times. The coefficient of current financing of the working capital of LLC "C" in 2020 was 0.776, and decreased by 5.4% to the level of 2020, and in 2021 increased by 87.1% and amounted to 0.676.

The calculation of the actual percentage change in working capital in relation to the change in revenue and production costs of LLC "C" (step 1) is presented in Table 3.

The calculation of the need for financing the working capital of LLC "C" using the percentage change in working capital (step 2) is presented in Table 4.

If working capital consists to a greater extent of inventories, advances paid to suppliers and accounts payable to suppliers, it makes sense to choose a percentage in relation to costs – 12.6%.

Table 3

**Calculation of the actual change in the working capital of LLC "C" in relation to revenue and production costs (step 1)**

№	Line names	Code	For 2021	For 2020
Excerpt from the balance				
	II. Current assets			
1	Financial investments	1240	0	0
2	Cash and cash equivalents	1250	1 250	9
3	TOTAL current assets	1200	52 712	40 696
	IV. Short-term liabilities			
4	Borrowed funds	1510	3 808	1 660
5	TOTAL current liabilities	1500	21 327	8 319
Excerpt from the Financial results report				
6	Revenue	2110	55 455	54 365
7	Production costs	2120,2210,2220	54 102	53 430
8	Working capital excluding money and loans (p. 3 – p. 1 – p. 2) – (p. 5 – p. 4))		33 943	34 028
9	Change in working capital (item 8) for the period			-85
10	Change in revenue (item 6) for the period			1 090
11	Change in production costs (item 7) for the period			672
12	Percentage of working capital change relative to revenue change	item 9 / item 10		-7,8
13	Percentage change in working capital relative to the change in production costs	item 9 / item 11		-12,6

Table 4

**Calculation of the need for financing the working capital of LLC "C" using the percentage of change in working capital (step 2)**

№ п/п	Excerpt from the cash flow statement	Fact 2021	Plan		
			2019	2020	2021
1	Revenue	55 455	58 228	59 392	60 580
2	Production costs	54 102	55 725	56 728	58 430
3	Percentage of working capital change relative to revenue change	-12,6%	-12,6%	-12,6%	-12,6%
4	Change in the need for working capital financing (item 2 [item 2 (i – 1) – item 2 (i)])	-82	205	147	214
5	Income tax (20% * (item 1 – item 2))	72	150	160	129
6	Depreciation as part of production costs	2 705	2 786	2 836	2 921
7	Cash flow from operating activities (cash flow balance from current operations) (p. 1 – p. 2 + p. 4 – p. 5 + p. 6)	3 904	5 344	5 488	5 157

So, the assessment of the effectiveness of the management of current assets at LLC "C" allowed us to highlight the problems:

1) stocks of 66.5% have the largest share in current assets, which have a negative impact on such indicators as their turnover: for example, the duration of one turnover increased by 27%, and the turnover ratio decreased by 21.2%;

- 2) the growth of accounts receivable as part of working capital – 27.8%;
- 3) the decrease in the company's profit in relation to 2019 also reduced the indicators of the return on working capital;
- 4) lack of financial planning, including working capital management, which is typical for small businesses.

The proposed measures will achieve the goal of increasing the efficiency of the use of current assets of the analyzed enterprise.

## References

1. Mazurina T.Yu. Finance of organizations (enterprises): textbook. M.: SIC INFRA-M, 2015. 528s.
2. Morozov K.V. Theoretical aspects of the formation and evaluation of the efficiency of the use of working capital of modern enterprises // Innovations and investments. 2022. No. 2. pp. 281-286
3. Savitskaya G.V. Economic analysis: textbook. 15th ed., ispr. and add. M.: INFRA-M, 2019. 587c.

УДК 33

# ANALYSIS OF THE COMPANY'S SOLVENCY INDICATORS

**ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ,**

к.э.н., доцент кафедры ЭиМ

**БАКАРЖИЕВ ИВАН ВЛАДИМИРОВИЧ**

студент

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева,  
Лениногорский филиал (ЛФ КНИТУ-КАИ)

**Аннотация:** Ключевым звеном финансовой диагностики являются характеристики платежеспособности и ликвидности хозяйствующего субъекта, поддержка которых является основой финансового здоровья предприятия. Статья посвящена анализу относительных показателей платёжеспособности и ликвидности предприятия. Показатели ликвидности и платежеспособности отображают соотношение между обязательствами компании и доступными активами, которые можно использовать для погашения этих обязательств. Выявлены проблемы, влияющие на ликвидность и платежеспособность анализируемого предприятия. Авторы предлагают основные рекомендации анализируемому предприятию по повышению его ликвидности и платёжеспособности.

**Ключевые слова:** платежеспособность, ликвидность, предприятие, коэффициент, кредиторская задолженность, дебиторская задолженность.

## АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Polyushko Yuri Nikolaevich,  
Bakarzhiev Ivan Vladimirovich**

**Abstract:** The key element of financial diagnostics is the characteristics of the solvency and liquidity of an economic entity, the support of which is the basis of the financial health of the enterprise. The article is devoted to the analysis of relative indicators of solvency and liquidity of the enterprise. Liquidity and solvency indicators reflect the ratio between the company's liabilities and available assets that can be used to repay these liabilities. The problems affecting the liquidity and solvency of the analyzed enterprise are identified. The authors offer the main recommendations to the analyzed enterprise to increase its liquidity and solvency.

**Key words:** solvency, liquidity, enterprise, coefficient, accounts payable, accounts receivable.

The liquidity and solvency of the enterprise are interconnected to a certain extent, and are measured using various approaches, while remaining independent economic units.

Solvency is characterized by the stability of the enterprise and expresses the viability of the entity in responding to creditors' claims. And liquidity is a property of any object to be realized without economic losses in a short-justified period.

The main problem of the solvency of the enterprise is that the current assets of the enterprise are concentrated in hard-to-sell assets, and short-term liabilities are too large in comparison with the share of fast-selling assets and continue to grow.

The authors calculated the liquidity indicators of LLC "B" (the name of the company has been shortened in order to preserve trade secrets) for 2020 - 2021 (see Table 1).

Table 1

Results of calculation of relative liquidity indicators of LLC "B" for 2020-2021, shares of units

Indicator	The calculation formula for the buh. balance	2020	2021	Change	Standard
Absolute liquidity ratio	$(1250+1240)/1500$	0,022	0,005	0,396	0,2- 0,5
The coefficient of the current	$1200/ 1500$	0,142	1,278	0,166	2 or more
Quick Liquidity ratio	$(1230 + 1240 + 1250) / (1510 + 1520 + 1550)$	0,027	0,272	0,171	0,7- 1

According to the calculation of liquidity indicators during the analyzed period, only the rapid liquidity coefficients, as well as the absolute liquidity indicator as of 31.12.2021, correspond to the normative value. Current liquidity indicators indicate that LLC "B" has a critical solvency. The latter is due to the significant amount of short-term liabilities (mainly accounts payable).

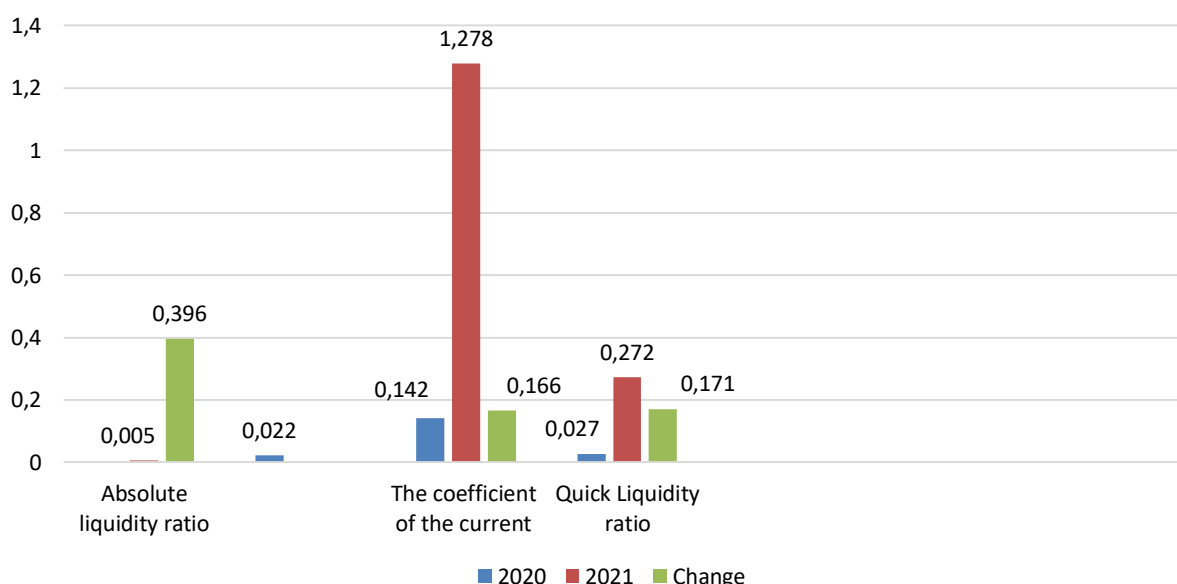


Fig. 1. Dynamics of relative liquidity indicators of LLC "B" for 2020-2021, shares of units

Thus, LLC "B" has no non-current assets. The property of an economic entity is represented only by current assets. The sources of financing of the property of LLC "B" are represented by equity and short-term liabilities. The primary source of property financing is accounts payable.

The largest share in the structure of property is accounted for by financial and other current assets. The structure of liabilities of LLC "B" is dominated by accounts payable.

The company has a shortage of cash and cash equivalents. Low indicators of current liquidity indicate that LLC "B" has a critical solvency.

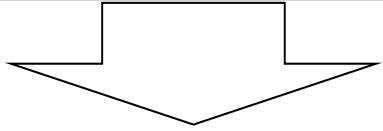
The main problems and recommendations for improving the liquidity and solvency of the analyzed enterprise are presented below in Fig.2.

It is possible to increase the turnover of working capital by returning to suppliers and selling unclaimed stocks.

It is possible to reduce accounts receivable due to pre-trial and judicial recovery of accounts receivable

Accounts payable can be liquidated by assessing the risks of non-payment and measures to reduce them.

The measures proposed by us will significantly improve the solvency and increase the liquidity of the analyzed enterprise.

<b>Problems:</b>
-high stock levels;
-high volumes of accounts receivable and accounts payable

<b>Recommendations:</b>
-improving the efficiency of inventory management of finished products, which will have an impact on the liquidity of the enterprise;
-improving the efficiency of the management of accounts payable and receivables, which will have an impact on the liquidity and solvency of the enterprise.

**Fig. 2. The main problems and recommendations for improving the liquidity and solvency of the analyzed enterprise**

#### References

1. Melnik M.V. Analysis of financial and economic activity of the enterprise: textbook. 3rd ed., reprint. and additional M.: ID "FORUM": INFRA-M, 2019. 208s.
2. Nikitina N.V. Finance of organizations: textbook. 5th ed., ster. M.: FLINT, 2019. 366s.
3. Savitskaya G.V. Economic analysis: textbook. 15th ed., ispr. and add. M.: INFRA-M, 2019. 587с.

УДК 33

# WAYS TO INCREASE PROFITABILITY AT THE ENTERPRISE

**ПОЛЮШКО ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ,**  
 к.э.н., доцент кафедры ЭиМ  
**ПШЕНИЧНЯК АНГЕЛИНА НИКОЛАЕВНА**  
 студент  
 Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева,  
 Лениногорский филиал (ЛФ КНИТУ-КАИ)

**Аннотация:** в статье проведен анализ рентабельности предприятия для разработки путей по повышению рентабельности предприятия.

**Ключевые слова:** рентабельность, прибыль, эффективность, анализ, структура, себестоимость.

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Polyushko Yury Nikolayvich,**  
**Pshenichnyak Angelina Nikolaevna**

**Abstract:** the article analyzes the profitability of the enterprise to develop ways to increase the profitability of the enterprise.

**Key words:** profitability, profit, efficiency, analysis, structure, cost.

Profitability characterizes the degree of profitability, profitability and profitability. Profit and profitability are among the most important indicators characterizing the efficiency of production and economic activity of the enterprise. These indicators are influenced (directly or indirectly) by a large number of different factors. The more profitable products an enterprise sells, the more profit it will make, the better its financial condition. Profit growth creates a financial base for self-financing, expanded reproduction, solving problems of social and material incentives for personnel.

Let's consider the structure of profit before taxation of LLC "XX" for 2020-2021 and present the results in Table 1.

Table 1

**Analysis of the structure of profit before taxation of LLC "XX" for 2020-2021**

Indicator	2021		2020		Change 2021 - 2020	
	thousand rubles	specific weight, %	thousand rubles	specific weight,%	thousand rubles	specific weight,%
Income	2532 793	100,0%	4669 877	100,0%	-2137 084	100,0%
Income from ordinary activities	2327 882	91,9%	4334 290	92,8%	-2006 408	93,9%
Interest receivable	117 180	4,6%	28 574	0,6%	88 606	-4,1%
other income	87 731	3,5%	307 013	6,6%	-219 282	10,3%

Continuation of table 1

Indicator	2021		2020		Change 2021 - 2020	
	thousand rubles	specific weight, %	thousand rubles	specific weight, %	thousand rubles	specific weight, %
Expenses	2710 294	100,0%	4126 191	100,0%	-1415 897	100,0%
Expenses for ordinary activities	2281 001	84,2%	3900 337	94,5%	-1619 336	114,4%
interest payable	103 400	3,8%	47 406	1,1%	55 994	-4,0%
other expenses	325 893	12,0%	178 448	4,3%	147 445	-10,4%
Profit (loss) before taxation	-177 501		543 686		-721 187	

During the analyzed period, the company's revenues decreased. So, as of 31.12.2020, the total amount was 4,669,877 thousand rubles, at the end of 2021, the indicator decreased by 2,137,084 thousand rubles and amounted to 2,532,792 thousand rubles.

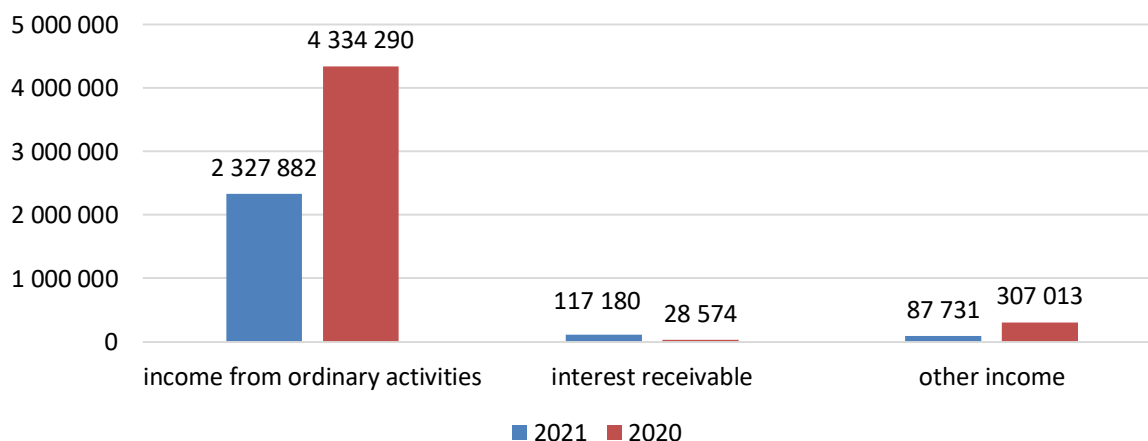


Fig. 1. Revenue structure of LLC "XX" for 2020-2021

The largest share is occupied by income from ordinary activities. At the end of 2020, the amount was 4 334 290 thousand rubles, as of 31.12.2021, it decreased to 2 327 882 thousand rubles.

In the structure of expenses, the largest share was made up of expenses for ordinary activities. As of 31.12.2020, the indicator was 3 900 337 thousand rubles, at the end of 2021, the indicator was 2 281 001 thousand rubles and amounted to 2 281 001 thousand rubles.

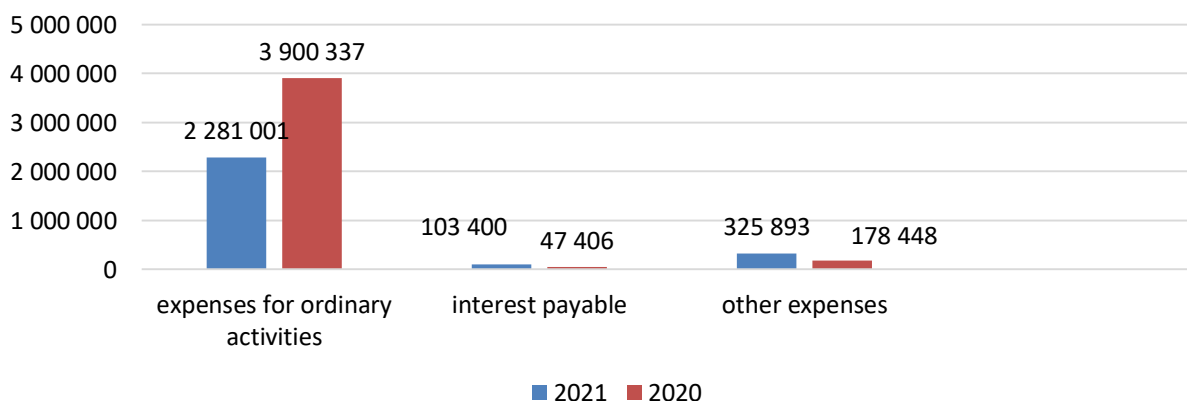


Fig. 2. The structure of expenses of LLC "XX" for 2020-2021



The company's revenue decreased during the analyzed period. So, at the end of 2020, the indicator amounted to 4 334 290 thousand rubles, at the end of 2021 – 2 327 882 thousand rubles. The cost of manufactured products also decreased, as of 31.12.2020, the indicator was 2 926 455 thousand rubles, as of 31.12.2021 – 1 587 615 thousand rubles.

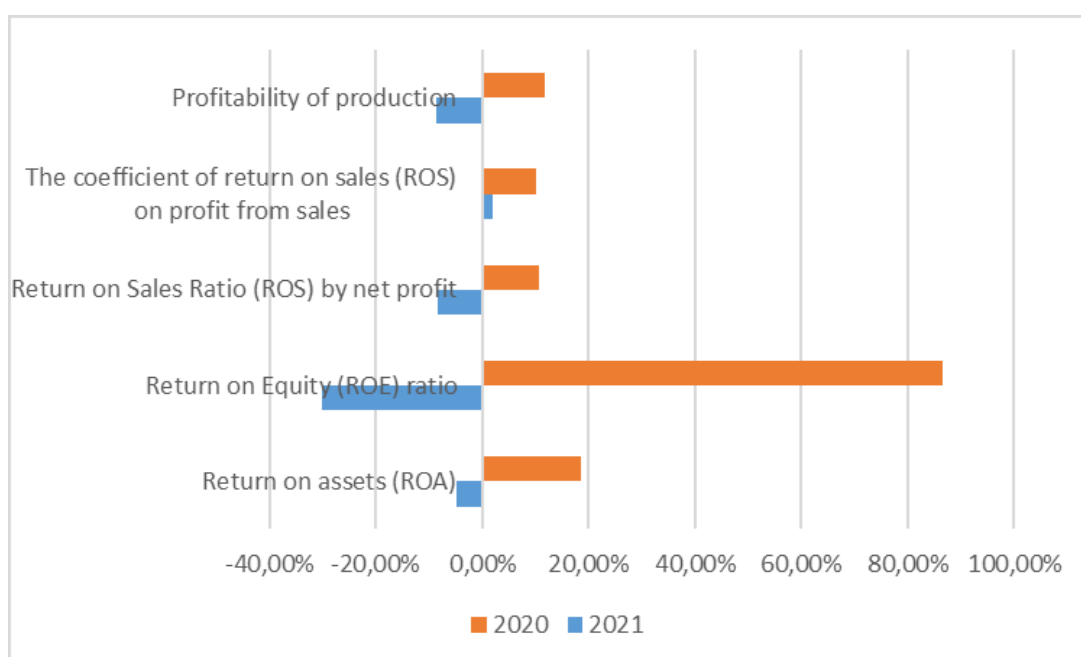
It should be noted that the increase in interest payable had a negative impact on the financial result of the activity, since the company has an increase in short-term debt. So, as of 31.12.2020, expenses amounted to 47 406 thousand rubles, during the analyzed period the indicator increased by 55 994 thousand rubles and amounted to 103 400 thousand rubles.

**Table 2**

**The system of profitability indicators of LLC "XX" for 2020-2021**

п/п	Indicator	Period		Change, thousand rubles. 2021/ 2020	Growth rate, % 2021/2020
		2021	2020		
Initial data					
1.1.	Revenue (net)	2 327 882	4 334 290	-2 006 408	53,7%
1.2.	Profit (loss) from sales	46 881	433 953	-387 072	10,8%
1.3.	Profit (loss) before taxation	-177 501	543 686	-721 187	-32,6%
1.4.	Net profit (loss)	-197 864	458 379	-656 243	-43,2%
1.5.	Average annual sum of all assets	3 793 878	2 923 425	870 453	129,8%
1.6.	Average annual cost of equity	660 230	529 754	130 477	124,6%
1.7.	Total cost of goods, works or services	2 281 001	3 900 337	-1 619 336	58,5%
Profitability indicators					
2.1.	Return on assets (ROA)	-4,7%	18,6%	-23,3%	-25,2%
2.2.	Return on Equity (ROE) ratio	-30,0%	86,5%	-116,5%	-34,6%
2.3.	Return on Sales Ratio (ROS) by net profit	-8,5%	10,6%	-19,1%	-80,4%
2.4.	The coefficient of return on sales (ROS) on profit from sales	2,0%	10,0%	-8,0%	20,1%
2.5.	Profitability of production	-8,7%	11,8%	-20,4%	-73,8%

Let's imagine the dynamics of profitability indicators of LLC "XX" for 2020-2021 in Figure 3.



**Fig. 3. Profitability indicators of LLC "XX" for 2020-2021**

Let's consider the dynamics of the return on assets of LLC "XX" for 2020-2021. Thus, the calculated value indicates that the amount of net profit from each ruble invested in the assets of the organization decreases. This dynamic can be explained by the presence of a net loss at the enterprise. It should be noted that at the end of 2020, the financial result of the company was positive – 458 379 thousand rubles, as of 31.12.2021 – a net loss in the amount of 197 864 thousand rubles.

Return on sales is an indicator of the financial performance of an organization, showing what part of the organization's revenue is profit. The observed dynamics indicates that during the analyzed period, the share of profit in the amount of revenue decreases. This dynamic is negative. Thus, the company's activities are unprofitable.

### References

1. Artemova D.E. Liquidity of the organization: analysis and ways of maintaining // Economy and society. - 2016. - № 2-1 (15). - Pp. 309-311
2. Bazyleva Yu.V. Methods of analyzing the financial condition of the enterprise // Scientific notes of the International Banking Institute. - 2019. - № 10. – 67
3. Volgina I.V. System approach in the analysis of the financial condition of the company // In the collection: Integration of education in an innovative economy material. International Scientific and Practical Conference: in 2 parts. - 2017. - pp. 18-20
4. Grishchenko Yu.I. Inflation: assessment of the impact on the financial results of the company // Handbook of the economist. Series: Strategic Management. – 2019. – No.3. – pp. 8-12.
5. Kamysovskaya S.V. Accounting financial statements: formation and analysis of indicators: Uch. pos. Higher Education series. Bachelor's degree / S.V. Kamysovskaya, T.V. Zakharova. – M.: Forum: Infra-M, 2017. – 432 p.

# МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 159.923.2

# МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

**НОВИКОВА ГАЛИНА АЛЕКСЕЕВНА**

студент 3 курса, бакалавриат  
Филиал ФГБОУ ВО «КубГУ»,  
в г. Славянске-на-Кубани

**Аннотация:** в данной научной статье рассматривается проблема профессионального выгорания сотрудников, что отрицательно сказывается на их трудоспособности и продуктивности и отрицательно влияет на работу. Статья направлена на выявление мероприятий по предотвращению данных процессов и выработки системы мотивации.

**Ключевые слова:** профессиональное выгорание, сотрудники компании, мотивация, мероприятия, трудовые ресурсы, профессиональные навыки.

## MEASURES TO PREVENT PROFESSIONAL BURNOUT OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE

**Novikova Galina Alekseevna**

**Abstract:** This scientific article examines the problem of professional burnout of employees, which negatively affects their ability to work and productivity, which negatively affects their work. The article is aimed at identifying measures to prevent these processes and developing a motivation system.

**Key words:** professional burnout, company employees, motivation, events, human resources, professional skills.

Для предотвращения синдрома профессионального выгорания необходимо создать корпоративную культуру, которая способствует уважительному общению и отсутствию конфликтов между коллегами. Важно, чтобы все сотрудники работали вместе, выполняли свои обязанности и поддерживали постоянную коммуникацию друг с другом. Это поможет быстро решать возникающие вопросы и уменьшить бюрократию. Любой специалист может наладить отношения с коллегами, даже если это не является его прямой обязанностью. Также необходимо учитывать условия профессиональной деятельности, которые могут влиять на эмоциональное состояние работника, и создавать определенные условия поддержки начинающего работника в организации. Для улучшения нематериальной мотивации необходимо разрабатывать и внедрять новые программы для карьерного и профессионального роста сотрудников, а также учитывать факторы удовлетворенности работой, такие как экономический, социальный, физический, коммуникативный и стиль управления.

Синдром профессионального выгорания возникает из-за истощения эмоционально-энергетических и личностных ресурсов человека, занятого трудовой деятельностью, при продолжительном воздействии отрицательных эмоций. Психологическая профилактика синдрома профессионального выгорания включает в себя методически правильную организацию профессиональной деятельности. Руководитель должен рассматривать поступающего сотрудника как ценный ресурс, способствующий достижению целей организации. Необходимо создавать условия поддержки начинающего

работника в данной организации, исходя из особенностей выполняемой профессиональной деятельности. Для улучшения нематериальной мотивации необходимо разработать программы для карьерного и профессионального роста сотрудников, а также учитывать факторы удовлетворенности работой, такие как экономический, социальный, физический, коммуникативный и стиль управления. Важно также обеспечить удобство рабочего места, его оборудование и соблюдение требований охраны труда, а также наличие индивидуальной и коллективной защиты от вредных факторов.

Продолжительное воздействие отрицательных эмоций на человека, занятого трудовой профессиональной деятельностью, может привести к синдрому профессионального выгорания. Изучение этого явления вызвано увеличением числа людей, испытывающих усталость и эмоциональное истощение в процессе работы. Это негативно сказывается на качестве выполнения задач и производительности работы в целом.

Психологическая профилактика синдрома профессионального выгорания включает методически правильную организацию профессиональной деятельности, начиная с этапа приема на работу. Руководитель должен видеть в поступающем сотруднике ценный ресурс, способствующий достижению целей организации. Также необходимо учитывать условия профессиональной деятельности, которые могут повлиять на эмоциональное состояние работника, и создавать определенные условия поддержки начинающего работника в организации. Для улучшения нематериальной мотивации необходимо разрабатывать программы для карьерного и профессионального роста сотрудников, а также учитывать факторы удовлетворенности работой, такие как экономический, социальный, физический, коммуникативный и стиль управления.

В целом, для предотвращения синдрома профессионального выгорания и повышения удовлетворенности работой сотрудников необходимо учитывать все вышеуказанные факторы и создавать благоприятную атмосферу в коллективе. Руководство должно проявлять интерес к своим сотрудникам, обеспечивать их не только материально, но и психологически, участвовать в процессе формирования карьерного роста, предоставлять возможности для повышения квалификации и обучения новым навыкам. Важно также учитывать индивидуальные потребности каждого сотрудника и находить индивидуальный подход к каждому из них. Все эти меры помогут улучшить качество работы, повысить производительность и снизить риск возникновения синдрома профессионального выгорания у сотрудников.

Для улучшения удовлетворенности сотрудников работой и предотвращения синдрома профессионального выгорания, необходимо принимать меры по улучшению системы нематериальной мотивации. Для этого можно разработать программу формирования и подготовки кадрового резерва, что позволит закрывать вакансии внутренними кандидатами и сотрудниками. Также можно внедрить программу наставничества, которая будет дополнительным стимулом для сотрудников продвигаться по карьерной лестнице и повышаться в должности.

Удовлетворенность сотрудников зависит от многих факторов, таких как экономический (заработная плата, ее регулярность и пунктуальность выплаты), социальный (наличие, размер и доступность социального пакета), физический (удобство рабочего места, его оборудование и соблюдение требований охраны труда) и коммуникативный (микроклимат в коллективе, профессиональный уровень коллег, взаимодействие с руководством). Важно учитывать индивидуальные потребности каждого сотрудника и находить индивидуальный подход к каждому из них, предоставляя возможности для повышения квалификации и обучения новым навыкам. Руководство должно проявлять интерес к своим сотрудникам, обеспечивая их не только материально, но и психологически, участвуя в процессе формирования карьерного роста. Все эти меры помогут улучшить качество работы, повысить производительность и снизить риск возникновения синдрома профессионального выгорания у сотрудников.

Таким образом, все профилактические меры связаны с основной целью – снятием негативного воздействия стрессора, проявляющегося в эмоциональном напряжении, снижении профессиональной мотивации. Мероприятия должны быть направлены на создание баланса между затраченными усилиями работника и получаемым им вознаграждением с учетом факторов профессионального вознаграждения на организационном, межличностном и индивидуальном уровнях. Разработанное и предложенное мероприятие сможет благоприятно поспособствовать росту общего уровня мотивации сотрудни-

ков компании, повысит их заинтересованность в получении новых профессиональных навыков и знаний.

#### **Список источников**

1. Профессиональное выгорание и рефлексия специалистов помогающих профессий [Электронный ресурс] / Е.Я. Матюшкина, А.А. Кантемирова // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Том 27. № 2. С. 50-68. doi: 10.17759/cpp.2019270204.
2. Терентьева, Т. А. Профессиональное выгорание сотрудников в современных организациях / Т. А. Терентьева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 18 (308). — С. 147-150. — URL: <https://moluch.ru/archive/308/69505/> (дата обращения: 06.12.2022).
3. Неруш, Т.Г. Профессиональное выгорание как специфическая форма профессиональной деструкции [Текст] / Т.Г. Неруш // Вестник Саратовского университета. - Сер. Философия. Психология. Педагогика. - 2012. - Т. 12. - Вып. 3. - С. 83-86.

УДК 658.64

# ОБНОВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ CHINA UNICOM В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ВНЕШНИХ ВЫЗОВОВ

ГО ЦЗЫХУЭЙ

магистрант

«Санкт-Петербургский государственный университет»

**Аннотация:** под воздействием внешней среды предприятия будут осуществлять ряд действий, чтобы поддерживать конкурентоспособность и осуществлять развитие предприятий. Существует важный объект исследования, который влияет и определяет факторы, которые предпринимают предприятия. В этой статье в основном исследуются причины, по которым организационная культура предприятий Unicom изменилась под воздействием внешних вызовов в индустрии услуг связи Китая. Для государственных предприятий выявлено влияние политической стратегии страны на внутреннюю культуру предприятия. И это показывает особенности развития корпоративной культуры в условиях тенденции цифровой трансформации.

**Ключевые слова:** Сфера услуг, Организационная культура, Коммуникационные услуги, Бизнес-стратегия, Управление организационной культурой.

## RENEWING CHINA UNICOM ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE CONDITION OF NEW EXTERNAL CHALLENGES

Guo Zihui

**Abstract:** Under the influence of the external environment, enterprises will carry out a number of actions in order to maintain competitiveness and carry out the development of enterprises. There is an important research object that influences and determines the factors that enterprises undertake. This article mainly explores the reasons why the organizational culture of Unicom enterprises has changed under the influence of external challenges in China's telecom service industry. For state-owned enterprises, the influence of the country's political strategy on the internal culture of the enterprise was revealed. And this shows the features of the development of corporate culture in the context of the trend of digital transformation.

**Key words:** Service industry, Organizational culture, Communication services, Business strategy, Organizational culture management.

Современная социальная среда бурного развития информационных технологий. Одним из важнейших факторов, влияющих на развитие предприятий, является постоянно меняющаяся внешняя среда. Стратегические решения и цели предприятия также будут корректироваться в соответствии с внешней средой и рынком, а также различными факторами самого предприятия. Вызовы можно понимать как внешние факторы на глобальном уровне и внутренние факторы на региональном уровне [1, с.6]. С глобальной точки зрения, экономическая глобализация, политическая ситуация и большой технологический прогресс и так далее. С региональной точки зрения проблемы могут быть связаны с условиями национальной политики, насыщением рынка и усилением конкуренции и т. д. Вызовы могут быть положительными или отрицательными для бизнеса, т.е. возможности или угрозы. Воспользуется ли компа-

ния возможностью взобраться вверх или окажется под угрозой падения, зависит от суждений и прогнозов компании в отношении внешних вызовов, а также от стратегии реагирования и действий, которые она предпринимает.

Столкнувшись с вызовом тенденции глобальной цифровой трансформации, проводится исследование индустрии коммуникационных услуг Китая. Текущая рыночная среда индустрии коммуникационных услуг Китая такова, что три крупные компании коммуникационных услуг делят долю рынка. В дополнение к эксплуатации и предоставлению основных телекоммуникационных и коммуникационных услуг предприятия электросвязи также постепенно развивают новые виды бизнеса с развитием новых технологий, таких как Интернет вещей, большие данные и облачные вычисления. В 2020 году выручка от услуг фиксированной связи с добавленной стоимостью на основе облачных вычислений и больших данных составит 79,1% от общего роста выручки. [2] China Unicom является одной из трех компаний-гигантов. China Unicom - это China United Network Communications Group Co., Ltd., которая была образована 6 января 2009 года в результате слияния и реорганизации бывшей China Network Communications Corporation и бывшей China United Communications Co., Ltd. Она является обществом с ограниченной ответственностью (исключительно государственным предприятием). То есть права собственности на весь капитал, вложенный государством в компанию, вытекают из права собственности государства на инвестиционную собственность. В 2022 году компания займет 267-е место в списке 500 крупнейших компаний мира и войдет в тройку основных крупных компаний в индустрии сетей связи Китая.

В 2022 году China Unicom также будет следовать тренду цифровой трансформации и развивать направления бизнеса на основе таких технологий, как облачные вычисления, большие данные, Интернет вещей, искусственный интеллект, блокчейн и сетевая безопасность. Основными группами клиентов являются государственные ведомства Китая, больничные службы и корпоративные группы. В то же время было достигнуто стратегическое сотрудничество с Alibaba, Jingdong, Baidu и другими известными китайскими интернет-компаниями для совместной разработки инновационных цифровых продуктов. В 2022 году операционная прибыль компании составит 354,9 млрд юаней. Общая прибыль составила 20,4 млрд юаней, а чистая прибыль, приходящаяся на материнскую компанию, составила 7,3 млрд юаней. EBITDA достигла 99 млрд юаней [3, с.9]. При ответе на вызов цифровой трансформации одной из контрмер компании является обновление содержания организационной культуры в соответствии с новой стратегией компании.

Как мы все знаем, организационная культура является своего рода концепцией и принципом корпоративной ценности. Это незримая идеологическая культура и определенные нормы и ориентиры поведения внутри предприятия, формирующиеся под сознательным и неосознанным влиянием руководителей предприятия. Управление организационной культурой осуществляется посредством контроля менеджерами за ее состоянием, пропаганды и воспитания ценностей для персонала, подбора персонала, соответствующего этой культуре, широкого использования символов, ритуалов и других мер. [4, с.246] Организационная культура выполняет функции ориентации, мотивации, ограничения и сплоченности. В сфере услуг формирование особой организационной культуры делает внутреннюю среду подверженной влиянию управления персоналом. Организационная культура может быть использована как инструмент мотивации работников к постоянному самосовершенствованию и развитию. [5] А организационная культура заключается в том, что направление управления должно соответствовать стратегическому направлению предприятия. Цель управления организационной культурой - создать рабочую атмосферу, более подходящую для реализации стратегии компании, добиться того, чтобы сотрудники понимали, чего от них хочет руководство, каковы их цели, и обеспечить дальнейшее развитие предприятия. [6] Организационная культура является ключевым фактором устойчивого конкурентного преимущества. Выравнивание организационной культуры может повлиять на успешную реализацию стратегии. Согласование или несоответствие между культурой и стратегией является ключевым фактором в определении взаимосвязи между стратегией организации и ее стратегическим управлением человеческими ресурсами. [7, с.25] Стратегическое управление человеческими ресурсами несовместимо со стратегией, если культура не согласована. А неправильное управление ресурсами усугубляет отсут-



ствие культуры стратегической поддержки. Это создает бесконечную спираль, которая наносит ущерб стратегическому управлению человеческими ресурсами и, в конечном итоге, организационной эффективности и негативным последствиям. Наоборот, правильная стратегия будет эффективной, но это зависит от времени реакции.

По результатам изучения корпоративных отчетов China Unicom за разные годы делается вывод о том, что обновление организационной культуры происходит в основном с точки зрения видения, миссии и основных ценностей [8] (табл.1).

Таблица 1

Организационная культура в 2022 г. по сравнению с 2023 г.

годы	2022	2023
зрение	Создатель умной жизни, которой доверяют клиенты	Стремитесь построить предприятие мирового класса с глобальной конкурентоспособностью
миссия	Предприятия создают красивую и интеллектуальную жизнь	Национальная команда по эксплуатации и обслуживанию цифровой информационной инфраструктуры; главная сила в построении сетевой мощности и цифрового умного общества Китая; пионер интеграции и инноваций цифровых технологий.
основная ценность	Клиентоориентированность, работа в команде, открытые инновации, стремление к совершенству	Сотрудники - это главный ресурс, сервис - это центр, инновации - это душа, борьба - это гордость, а честность - это основа.
философия бизнеса	Все для клиента, все для передовой, все для рынка	Создание ценности для клиентов, рынка и инноваций одновременно, единый Unicom, интегрированное объединение возможностей, интегрированные операционные услуги
Требования корпоративного стиля		Строгий, твердый, дотошный, быстрый

В 2020 году China Unicom начала комплексную цифровую трансформацию. Для этого в 2021 году будет построена инновационная и самобытная система стратегического планирования. Основным стратегическим направлением является проведение инновационных реформ и активное сотрудничество с различными предприятиями путем укрепления существующей прочной экономической и технологической базы предприятия. Предприятие будет в основном развивать пять основных направлений бизнеса: «Интернет вещей, облачные вычисления, большие данные, безопасность данных и приложения». Через год после реализации этой новой корпоративной стратегии для этой цели была проведена модернизация организационной культуры. Каковы основные причины различия до и после изменения корпоративной организационной культуры? С этой целью были исследованы и изучены процесс развития предприятия, политическая и экономическая среда, в которой возникло предприятие. Были нарисованы следующие точки.

Расширение зрения. В быстро развивающейся экономике и обществе компания приобрела определенную рыночную репутацию и экономический статус на китайском рынке и на зарубежных рынках благодаря своим технологиям и услугам. Поэтому под руководством новой стратегии предприятие надеется на дальнейшее расширение масштабов предприятия.

Изменение миссии. Одной из причин является анализ в соответствии с исходной структурой предприятия. Право собственности на предприятие принадлежит китайскому национальному правительству. Она государственное предприятие. Поэтому стратегический план предприятия должен соответствовать национальному стратегическому плану, издаваемому страной. На 20-й Всекитайской конференции Коммунистической партии Китая в октябре 2022 г. было подчеркнуто направление развития государственных предприятий – разработка и реализация современных предприятий с китайской спе-

цифрой, ускорение строительства предприятий мирового уровня. Будучи одним из влиятельных государственных предприятий, China Unicom также внедрила стратегические инновации и повысила организационную культуру компании.

Увеличение инновационных факторов. В связи с бурным развитием технологий на данном этапе предприятиям необходимо проводить определенные бизнес-реформы и корректировки для цифровой трансформации. Само предприятие относится к сфере услуг связи и обладает определенными научно-исследовательскими и инновационными возможностями. Само предприятие является научно-исследовательским институтом. В случае стабильного развития существующего бизнеса предприятиям необходимо будет идти в ногу с информационным развитием для достижения технологических инноваций в целях поддержания конкурентоспособности предприятия.

Повышение внимания сотрудников. В настоящее время социокультурная среда на данном этапе уделяет больше внимания обучению и управлению работниками предприятия. Не только из-за потребности корпоративной социальной ответственности, но и потому, что сотрудники также являются важным конкурентным ресурсом компании.

Видно, что внешнеполитическая ситуация и технологическое развитие предприятия исходят из внешних вызовов. Предприятия могут реагировать на внешние вызовы с помощью своих собственных стратегий, корректировок и обновлений организационной культуры. Для телекоммуникационной компании China Unicom повышение организационной культуры является ответом на внешние вызовы. Это изменение принципиально связано с изменением стратегии компании. Можно понять, что организационная культура и корпоративная стратегия должны быть согласованы. На изменение направления организационной культуры также влияют внутренние и внешние факторы. Например, на организационную культуру China Unicom влияет форма собственности предприятия, инициатива Коммунистической партии Китая, требования национальной политики и цифровая трансформация предприятий.

#### **Список источников**

1. Яковлева Светлана Ивановна Угрозы, вызовы, риски и проблемы как важные категории стратегического планирования регионов // Псковский регионологический журнал. - 2017. - №3
2. Сеть исследований рынка Китая Отчет об исследованиях развития телекоммуникационной отрасли Китая и анализе перспектив рынка (издание 2022 г.). – 2022
3. Годовой отчет China United Network Communications Co., Ltd. за 2022 г. // URL: <https://www.chinaunicom-a.com/#/home/newsList/17> (дата обращения: 12.03.2023).
4. Ю.В. Кузнецов, Е.В. Мелякова. Теория организации: учебник. Москва. 2019. С.246
5. Формирование организационной культуры как инструмент мотивации работников сферы услуг. С.А. Климмин, О.А. Лымарева, -Economy and Business с. 230-231 .2019
6. Гринько Т. В., Смирнов С. А. Организационная культура как современный инструмент управления предприятием. Problems of Economy. 2016, Issue 1, p146-153. 8p.
7. Герасимов Кирилл Борисович Организационная культура как фактор стратегического управления персоналом // Менеджмент. - 2020. - С. 25.
8. Отчет о социальной ответственности China Unicom // URL: <http://www.chinaunicom.com.cn/duty/duty.html>

УДК 2964

# АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК РОССИЙСКОЙ CRM-СИСТЕМЫ “БИТРИКС 24”. СРАВНЕНИЕ С ЗАРУБЕЖНЫМ АНАЛОГОМ “SALESFORE”

**ДОРОХОВ ГРИГОРИЙ ЮРЬЕВИЧ**

аспирант  
ОЧУ ВО «Московская международная академия»,  
Москва, Россия

*Научный руководитель: Кибук Татьяна Николаевна*

*к.э.н. доцент  
ОЧУ ВО «Московская международная академия»,  
Москва, Россия*

**Аннотация.** В данной статье на основании информации, представленных в документах, сайтах компании Битрикс24 рассматривается анализ характеристик российской CRM-системы “БИТРИКС24”. Рассмотрен функционал, интеграции, цены. Сделано сравнение с зарубежным аналогом “SALESFORE”. Был сделан вывод о характеристиках и функциональности российской системы.

**Ключевые слова:** CRM-система, Битрикс24, SALESFORE, Программное обеспечение, Интеграция.

## ANALYSIS OF THE CHARACTERISTICS OF THE RUSSIAN CRM-SYSTEM “BITRIX 24”. COMPARISON WITH THE FOREIGN ANALOGUE “SALESFORE”

**Dorokhov Grigory Yurievich**

*Scientific adviser: Kibuk Tatyana Nikolaevna*

**Annotation.** In this article, based on the information presented in the documents and websites of the Bitrix24 company, an analysis of the characteristics of the Russian CRM system "BITRIX24" is considered. The functionality, integrations, prices are considered. A comparison with the foreign analogue "SALESFORE" is made. A conclusion about the characteristics and functionality of the Russian system is made.

**Key words.** CRM-system, Bitrix24, SALESFORE, Software, Integration.

В связи с санкциями введенными зарубежными недружественными странами на Российскую Федерацию многие зарубежные компании, а также зарубежное программное обеспечение (ПО) стали покидать и прекратили обслуживание на территории Российской Федерации. Данное ограничение также затронуло финансовый сектор ПО. Однако, благодаря Правительству РФ удалось избежать больших рисков и потерей во всех сферах деятельности, включая финансовое программное обеспечение для управления персоналом.

По указу Президента России, уже с 1 января 2025 г. использование зарубежного ПО на значимых объектах критической информационной инфраструктуры (КИИ), принадлежащих Госкомпаниям будет под запретом [1].

В Российской Федерации использовалось много зарубежного программного обеспечения в

управлении персоналом. В том числе и CRM-системы.

CRM-система, или Customer relationship management (с англ. «управление взаимоотношениями с клиентами»), — это такая программа, созданная для помощи управления в бизнесе. С помощью CRM-системы можно организовать учет сделок, последить за выполнением задач сотрудника, также можно создать базу клиентов и проанализировать продажи менеджера [2]. Проще говоря, CRM-система – это Excel таблица, но с расширенным функционалом и разными дополнительными автоматизированными услугами. Любые рутинные задачи в ней можно автоматизировать. Если поступает звонок, то система может самостоятельно определить свободного менеджера и перевести на него звонок и поставить дополнительную задачу. CRM-система собрала в себе множество полезных функций.

CRM – система также может: **вести учёт сделок и не терять заказы**. Любой сотрудник, может записать информацию в блокнот или в электронную таблицу и забыть что-то сделать, например, перезвонить клиенту. Очень критично, когда кто-то из сотрудников уволился или заболел и забыл передать важную информацию, что может привести к упущению финансовой крупной сделки. Чтобы данная проблема не превращалась в неисполнимую, в CRM есть карточка сделок, в которой отображается история взаимодействий с клиентом. Абсолютно каждый сотрудник заносит обязан заносит информацию о покупателе и заказах в карточку сделки. Теперь уже болезнь и увольнение не так сильно сказываются на работе предприятия, ведь всегда можно найти всю информацию о покупателе в программе.

В данной статье раскрывается полный функционал российской CRM – системы “БИТРИКС 24” и производится небольшое сравнение с зарубежной системой “SALESFORE”.

Данная тема очень актуальна, так как с каждым годом все больше и больше уходят с территории РФ зарубежные CRM – системы и другие ПО.

Цель данной статьи: Рассмотреть Российскую CRM – системы и убедиться в том, что она не уступает зарубежным аналогам.

Битрикс24 — это сервис со множественными функциями, который создан для автоматизации бизнес-процессов производств и состоит из множества модулей. Один из основных разделов является CRM, признанная одной из ведущих на данный момент на российском рынке. Она помогает в ведение клиентской базы, также помогает с делами, которые связаны с телефонными звонками и системами аналитики. Автоматизирует управление рекламой и продаж. Битрикс24 — это также очень гибкий сервис и открыт для дополнительных подключений различных приложений и модулей. Все это помогает производству образовывать единую экосистему из различных IT-решений, которые помогают повышать эффективность в большом и малом бизнесе.

С помощью БИТРИКС 24 производство решает много задач:

- формирует сведения о целевой аудитории на основании результатов анализа клиентской базы;
- уменьшает количество время на заключение сделок;
- хранит данные о взаимоотношениях с покупателями;
- распределяет задачи и проекты;
- оперативно готовит требуемые документы;
- фиксирует ежемесячный рост/убытки бизнеса и т. д.

По данным института проблем предпринимательства в 2022 году Битрикс24 используют 44% российских компаний, а уже в феврале 2023 года общее количество зарегистрированных в сервисе организаций составило 11 миллионов [3]. Сложно достичь настолько внушительных показателей, не имея преимуществ перед аналогами.

Битрикс24: достоинства и недостатки:

Недостатки:

1. Мессенджеры и социальная сеть, встроенные в БИТРИКС24 обладают не удобным интерфейсом, а функционал не такой быстрый и многозадачный как у Telegram, а видео чаты пользователям стали привычнее уже Zoom и Skype, нежели звонить в системе.

2. Навязывание платных подписок и пакетов, которые полезны лишь отчасти.

Достоинства:

1. Огромный функционал для автоматизации бизнес – процессов.

2. Система имеет много обучающих материалов для легкого освоения.
3. Наличие различных тарифов для малого, среднего и крупного предприятия.
4. Достаточно большой функционал даже в бесплатной версии системы.

Небольшие итоги по БИТРИКС24:

- Понятный интерфейс, большое количество полезных функций, очень простое внедрение. Все это и дает высокий спрос на данную систему.
- Сервис помогает избавиться сотруднику от обычных рутинных задач, повышает результативность предприятия и помогает автоматизировать бизнес-процессы.
- Битрикс24 используют предприятия из разных сфер: торговые компании, отели, медицинские и образовательные учреждения.
- Система Битрикс24 интегрируется со многими популярными сервисами и приложениями. Например, с 1С, Calltouch, Контур.Бухгалтерией и другими.
- Достаточно бюджетное использование и наличие бесплатной пробной версии с увеличенным функционалом.

Проведем сравнение российской CRM-системы БИТРИКС24 и зарубежным аналогом SALESFORE (Табл.1).

Таблица 1

**Сравнение БИТРИКС24 и SALESFORE.**

	БИТРИКС24	SALESFORE
Цены и тарифы	Минимальный тариф – 0 руб. Максимальный тариф 1990 руб. – предусмотрен только для компаний, которые имеют дополнительные возможности, такие как интеграция с 1С.	Нет бесплатного тарифа. Сумма в месяц – 990 руб.
Интеграции с сервисами	МойСклад, Многие российские банки, Яндекс, Телеграмм, Чатра, 1С, 2ГИС, GMAIL, Skype, OPenCart, и еще более 30 сервисов.	LiveText, Jivo, Google Workspace и еще 15 сервисов.
Возможности	Отчеты, Управление доступом, Уведомления, Уведомление клиентов, своё хранилище данных и многое другое	Отчеты, Управление доступом, Отсутствие Уведомления и Уведомление клиентов. Имеется определение категорий для персонала, что отсутствует у Битрикс24

На основании таблицы 1 можно сделать вывод: Российская CRM-система БИТРИКС24 даже в некоторых моментах преобладает над зарубежным аналогом. Российская система более русифицирована и имеет больше интеграций с российскими и зарубежными мессенджерами, таблицами. Также Битрикс24 имеет бесплатную версию для использования и преобладает многими возможностями над SALESFORE.

Получается, что уже сейчас Российское ПО в финансовом секторе управления персоналом во многом преобладает в функциональном и в плане интеграции над зарубежными аналогами.

### Список источников

1. Палихова Анастасия. “Что такое CRM-система? Зачем она нужна бизнесу?” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.avito.ru/blog/chto-takoe-crm-sistema-i-zachem-ona-nuzhna-biznesu> (01.04.2023)

2. Николай Зайцев. “Битрикс24. Управление работой.” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.uiscom.ru/blog/что-такое-bitriks24> (01.04.2023)
3. Татьяна Бондаренко. “Битрикс24. Помощь бизнесу в работе.” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.bitrix24.ru/features/> (02.04.2023)
4. Рамиль Кинзябулатов. CRM. Подробно и по делу. Москва. 2019. С.170

# МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

# АГРЕССИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

**ЛЯЩЕНКО МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ,  
ПАНЧЕНКО ВАСИЛИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ**

Академия ФСО России

*Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна*

*к.э.н., доцент, сотрудник*

*Академия ФСО России*

**Аннотация:** Основная задача маркетинга – продвижение товаров и брендов. Он помогает компаниям привлекать и удерживать клиентов. Существуют разные типы маркетинга, и у каждого из них свой подход к организации рекламных кампаний, принципы и инструменты, но практически у всех встречается один общий недостаток – долгое время реакции потребителя. Лишь столкнувшись с агрессивным маркетингом производитель находит ответ на вопрос – какой вид маркетинга способен привлечь наибольшее количество потребителей за кратчайший период.

**Ключевые слова:** рынок, маркетинг, потребитель, продукт, конкуренция, экономика.

## CRISIS OF OVERPRODUCTION

**Lyashchenko Mikhail Mikhailovich,  
Panchenko Vasily Alexandrovich**

*Scientific adviser: Shevchenko Oksana Ivanovna*

**Annotation:** The main task of marketing is the promotion of goods and brands. It helps companies attract and retain customers. There are different types of marketing, and each of them has its own approach to organizing advertising campaigns, principles and tools, but almost all of them have one common drawback - a long consumer reaction time. Only when faced with aggressive marketing, the manufacturer finds the answer to the question - what type of marketing is able to attract the largest number of consumers in the shortest period.

**Key words:** market, marketing, consumer, product, competition, economy.

Агрессивный маркетинг может быть достигнут с помощью нескольких различных стратегий. Холодные звонки и кампании по электронной почте, вероятно, являются лучшими примерами. Это делается для того, чтобы выяснить, заинтересованы ли потенциальные клиенты, которые никогда не имели контактов с вашим брендом, о том, что вы можете предложить.

В данной работе были проанализированы примеры, методы, плюсы и минусы агрессивного маркетинга.

### Что такое агрессивный маркетинг?

Агрессивный маркетинг — это «наступательная» стратегия, использующая захватывающие приемы для взаимодействия с аудиторией и получения от нее отклика.

Это противоположно пассивному маркетингу, когда информация о продукте предоставляется, но потребитель должен принять меры, если он хочет взаимодействовать с вашим бизнесом.



### Основные методы агрессивного маркетинга.

*Использование скандальной рекламы.* Хорошо продуманный, провокационный рекламный контент не только привлекает целевую аудиторию, но и широко обсуждается общественностью. Общество возмущается, негодует, но обсуждает. А это дополнительное внимание к компании, скандальная, но известность.[1]

*Ценовой демпинг.* Объявляются огромные скидки на все группы товаров. Поводом может быть ликвидация торговой точки. Это хорошо привлекает клиентов, правда их ждёт большое разочарование. Огромные скидки распространяются только на товары, не пользующиеся спросом. Однако такая стратегия приносит определённую пользу. Некоторые компании «ликвидируются» весь период своего существования.[2]

*Незаконное приобретение и использование контактов потенциальных клиентов.* Человеку неожиданно начинают названивать незнакомые люди, приглашая посетить сомнительные мероприятия, предлагают различные товары и услуги. Электронная почта и мессенджеры также подвергаются атаке. Причём грубо нарушаются правила email-рассылок, от этого можно избавиться только путём перемещения в спам. Обычная отписка не работает.

### Плюсы агрессивного маркетинга.

*Вызывает немедленную реакцию покупателей.* Существует поговорка: «Ты промахнешься в 100% случаев, если не сделал ни одного броска». Откровенно попросить потенциального клиента о сотрудничестве может быть рискованным шагом, но также может привести к мгновенным продажам.

*Повышение узнаваемости бренда.* Воздействие на целевую аудиторию контентом помогает выделиться среди остальных, однако контент должен быть резким и играть на эмоциях. Повторение поставит компанию в центр внимания потенциальных клиентов и поможет удержать интерес.

*Агрессивный маркетинг может дать результаты при минимальном планировании.* Обычный обзвон потенциальных клиентов – простейшая маркетинговая стратегия, поскольку для этого требуется всего лишь список имен и контактная информация. Для компаний, которые занимаются агрессивным цифровым маркетингом, контент, вероятно, будет довольно легко разработать, поскольку он должен быть кратким, приятным и по существу.

### Минусы агрессивного маркетинга.

*Может оттолкнуть некоторых потенциальных клиентов.* Многие клиенты ценят прямое общение, но есть и доля тех, кто испытывает отвращение к такому подходу важно учитывать, как ваш целевой клиент отнесется к тем или иным попыткам коммуникации, ведь есть только один шанс произвести наиболее значимое первое впечатление на клиента, в противном случае есть шанс потерять всю целевую аудиторию.

*Эмоциональная сила, маркетинг влияния и ценностные предложения, основанные на потребностях.* При разработке рекламных кампаний вашей компании сосредоточьтесь на создании эмоционального тона, который играет на надеждах и мечтах вашей аудитории. Если вы сможете заручиться поддержкой влиятельного лица на вашем рынке, вы охватите значительно больше людей.

Сосредоточьте свое сообщение на том, почему вашим клиентам абсолютно необходим ваш продукт прямо сейчас, чтобы решить главную проблему в их жизни, и вы обнаружите, что новые клиенты спешат открыть для вас свои кошельки.

### Примеры использования агрессивного маркетинга.

Большие рекламные баннеры, всплывающие окна и видео объявления на таких платформах, как YouTube, также являются формами агрессивного маркетинга, поскольку они бомбардируют аудиторию информацией. Эти цифровые маркетинговые материалы часто сегментируются, появляются на соответствующих веб-сайтах и вместе с контентом, с которым уже взаимодействует целевой клиент.[3]

Еще один пример агрессивного маркетинга – сбор уличной команды для раздачи листовок или приобретения адресов электронной почты. Это, возможно, утомительный процесс, но это отличный способ наладить контакт с людьми, которые в противном случае могли бы не знать о вашей компании, если вы справились со всеми отказами.

Одним из ярких примеров служить доставка суши под неоднозначным названием “Ёбидоёби”.



Рис. 1. Агрессивный маркетинг на примере компании

Название компании и предлагаемая её продукция продвигается путем агрессивного маркетинга

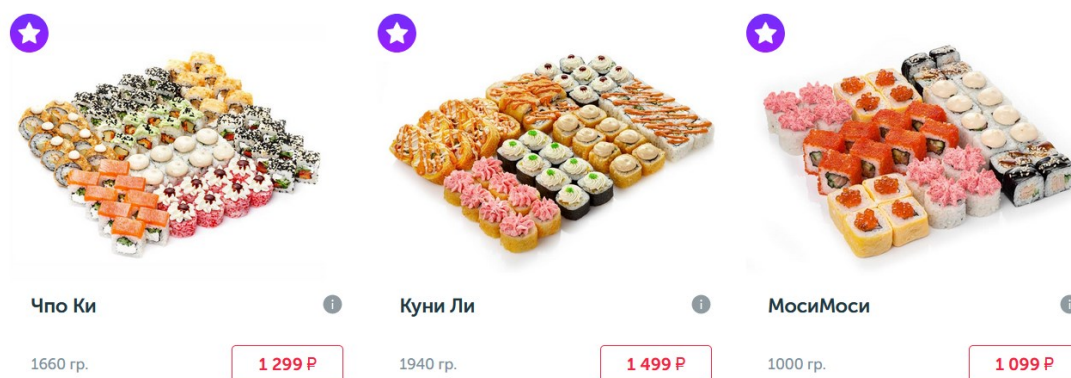


Рис. 2. Использование агрессивного маркетинга в наименовании продукции

Хотя с японского название компании переводится как “День недели – суббота”, но аудитория восприняла название крайне остро, вследствие чего сеть компаний смогла быстро развиваться. Судя по тому, что выручка сети по итогам 2020 года составила 680 млн рублей, можно смело говорить о том, что стратегия агрессивного маркетинга отлично сработала.

Агрессивный маркетинг сомнительный вариант или панацея?

Порой агрессия считается плохим тоном, но агрессивный маркетинг может превратить обычный бизнес в нечто, что станет неотъемлемой частью вашего сообщества. Агрессивный маркетинг – это наступательная стратегия, в которой используются различные методы для того, чтобы вызвать отклик у аудитории. Используя агрессивные маркетинговые стратегии, можно достаточно быстро и с высокой интенсивностью привлечь внимание к продукции, но нужно помнить, что даже при использовании агрессивного маркетинга можно перестараться и вызвать у аудитории негативные эмоции.

**Список источников**

1. Андреев С.Н. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности коммерческих субъектов / С.Н. Андреев // Маркетинг в России и за рубежом, 2007. №2. – 140 с.
2. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 802 с.
3. Дихтль, Е., Хершген, Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие / пер. с нем. А.М.Макарова; Под ред. И.С.Минько. - М.: Высш. шк. 1997. – 226 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. – М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», ноябрь 1995. – 702 с.
5. Маркетинг. Словарь. / Голубков Е.П. - М., Экономика – Дело, 1999. – 656 с.

УДК 339

# SMM – БУДУЩЕЕ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА?

**ХАМИТОВА АМИНА АЛИКОВНА**

студентка

ФБГОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

*Научный руководитель: Плужникова Ирина Ивановна – доцент  
ФБГОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»*

**Аннотация:** в данной статье рассматривается понятие Social Media Marketing (SMM), его возможности и преимущества перед классическими инструментами маркетинга, а также о том, какую роль играют социальные сети и интернет в мире современного маркетинга.

**Ключевые слова:** SMM, пользователи, социальные сети, интернет, маркетинг

## SMM – THE FUTURE OF MODERN MARKETING?

**Khamitova Amina Alikovna***Scientific adviser: Pluzhnikova Irina Ivanovna*

**Abstract:** this article discusses the concept of Social Media Marketing (SMM), its capabilities and advantages over classical marketing tools, as well as the role played by social networks and the Internet in the world of modern marketing.

**Key words:** SMM, users, social networks, Internet, marketing.

Людям XXI века сложно представить свою жизнь без всемирной сети-интернет. С каждым годом число интернет-пользователей увеличивается: по данным креативного агентства We Are Social и сервиса для SMM Hootsuite, 62,5% населения нашей планеты используют интернет – число людей, которые пользуются интернетом, за 2021 год увеличилось на 196 млн, т.е. на 4%, и составляет 4,97 млрд человек; в то же время можно заметить значительное увеличение пользователей социальных сетей количество пользователей – данный показатель вырос более чем на 10% и насчитывает 4,62 млрд – это 58,4% от общей численности населения мира. Тенденции последних десяти лет указывают на увеличение пользователей всемирной паутины более чем в два раза. По данным других специалистов (аналитиков We Are Social), в периода 2012 по 2022 год число людей, которые пользуются социальными сетями, стало больше в 3,3 раза (на 12,3%). Рост числа пользователей не прекращается, наоборот он увеличивается с космической скоростью – двузначными темпами (10,1%), стоит заметить в период с 2021 по 2022 год он был выше допандемийного уровня, говорится в исследовании. В 2021 году к социальным сетям присоединились 430 млн пользователей, что в среднем составляет более 1,1 млн новых юзеров в день, или примерно 15 новых пользователей каждую секунду. Количество людей, населяющих нашу планету, не использующих интернет впервые за последние несколько лет сократилось до 2,7 млрд. Данная статистика говорит лишь об одном – начинается важный этап глобальной цифровизации. На этом этапе использование современных смартфонов, ноутбуков и остальной техники – это уже не роскошь, а необходимость. Оставшись или отказавшись от использования гаджетов, человек рискует выпасть из социальной жизни [1].

Социальные сети и интернет постепенно захватили мир. Люди проводят в социальных сетях достаточно большое количество времени, инициативность, с которой они это делают, просто поражает: активный пользователь может пролистывать не один километр новостной ленты во «ВКонтакте», если перевести эту мысль на язык интернета, то среднестатистический пользователь может просматривать около восьмидесяти-ста страниц различных сайтов в день. Именно к этому стремятся все интернет-проекты, но такая статистика применима лишь к одному из видов этих проектов, а именно, к социальным сетям. Психологи нередко стали упоминать о синдроме «вконтактозависимость» – болезненная привязанность человека к его действиям и активностям в социальной сети, невозможность представить свою жизнь без посещения «ВКонтакте». Данный синдром применим по отношению к другим социальным сетям, но назван он в честь «ВКонтакте», так как это наиболее популярная социальная сеть в России.

Если попросить современного человека ответить на вопрос «Что такое Интернет лично для вас?», то с большой вероятностью он скажет два слова – социальные сети. В представлении многих людей, особенно аудитории младше 20-25 лет, Интернет и социальные сети – это одно и то же. Функционал современных социальных сетей настолько широк, что он может заменить огромное количество сайтов и приложений: помимо знакомства и общения друг с другом, для которого и были созданы социальные сети, люди могут смотреть различные видеоролики или даже фильмы и сериалы, слушать музыкальные треки российских и зарубежных музыкантов (в некоторых социальных сетях существует возможность самим создавать музыку и видео), новостные группы и чат-боты спокойно заменяют новости по телевизору и классические поисковые системы. Возможности социальных сетей расширяются с каждым днём. Для кого-то это может быть минусом, но нельзя не согласиться, что удобно иметь всё необходимое в одном месте.

Одной из важнейших задач для успешного проведения маркетинговой кампании – следовать за аудиторией, подстраиваться под её потребности. Столь большая, активная и развивающаяся среда привлекла маркетологов. Именно поэтому после появления первых социальных сетей в них стали проводиться первые рекламные кампании [2]. Неизведанная территория в лице социальных сетей стала идеальной площадкой для поиска новых потенциальных покупателей.

Сначала реклама была просто фоновой, всё ограничивалось размещением баннеров и текстовых объявлений. Но со временем стало ясно, что маркетинговый потенциал социальных сетей гораздо шире. Пользователи социальных сетей не просто потребляют контент (информация, содержащаяся в средствах коммуникации), но и сами его создают посредством объединения с единомышленниками. Также стоит отметить, что в социальных сетях люди легче делятся личной информацией о своих профессиональных интересах и себе – это одна из особенностей поведения людей в интернете. Для маркетологов это открывало дополнительные возможности сегментировать и индивидуализировать свое рекламное послание.

Именно в этот момент стало понятно, что для максимально эффективного взаимодействия с пользователями социальных сетей необходимо разработать специальный инструментарий. Так и появился Social Media Marketing (SMM) – комплекс мероприятий по продвижению в социальных сетях. Цель SMM заключается в создании и распространении контента в социальных сетях для достижения бизнес-целей в маркетинге и брендинге [2].

Социальные сети имеют ряд преимуществ, которые возвышают их не только перед другими инструментами онлайн-маркетинга и традиционными рекламными инструментами. Рассмотрим преимущества поподробнее.

1. «Сарафанное радио». Пользователи – обычные люди, которым свойственно делиться интересной им информацией со своим окружением, а социальные сети – идеальная среда для этого. Именно на этом механизме построен вирусный маркетинг – создание привязанных к бренду инфоповодов, контента, интерактивных приложений, которые пользователи сами распространяют в своем окружении. Среди наиболее часто используемых вирусных форматов можно назвать видеоролики, вирусные сайты и т. д. При вирусном маркетинге пользователи полностью самостоятельно распространяют информацию. Задача маркетолога – сформировать вирусный контент на основе интересов аудитории и пове-

денческих мотивов распространения информации. Данный вид маркетинга стал возможен только с активным развитием социальных сетей, т.к. для него необходимы тесные и быстрые связи между людьми, возможность скорейшего получения информации [2].

2. Таргетинг аудитории (фокусировка рекламной кампании на конкретный сегмент целевой аудитории) – ключевое преимущество социальных сетей [2]. Производитель может фокусировать кампанию на тех, для кого продукт создан. Пользователи уже зарегистрировались в социальных сетях и сообщили о себе максимум сведений. По итогу SMM-специалист получает значительно больше информации, чем в случае с другими маркетинговыми инструментами, и это дает возможность работать только с теми пользователями, которые максимально соответствуют представлению о целевой аудитории.

3. Нерекламный формат. Реклама окружает людей повсюду: телевидение, страницы печатных СМИ, билборды и постеры в транспорте [2]. Современный человек просто перегружен рекламой. Интернет в данном случае только усугубляет положение, т.к. это одна из наиболее агрессивных сред с точки зрения рекламы. Огромное количество рекламы привело к тому, что человеческий мозг постепенно стал вырабатывать антирекламные фильтры. Например, существует термин «баннерная слепота» – это ситуация, когда человек заходит на сайт, и его мозг блокирует восприятие некоторых участков страницы, потому что, скорее всего, там размещена реклама. В случае с социальными сетями антирекламные фильтры не срабатывают. В SMM не используется как таковой рекламный формат. Основной механизм взаимодействия с пользователями – это общение на актуальные для него темы и распространение интересного для него контента. Общение и контент содержат обязательную промопривязку, но при этом, в отличие от рекламы, представляют ценность для пользователя.

4. Интерактивное взаимодействие [2]. Большинство классических инструментов маркетинга выстраивают одностороннее взаимодействие с аудиторией: через рекламу до возможного покупателя доносится информация о продукте, но рекламодатель не имеет возможности получить обратную связь. Социальные сети позволяют исправить это. Рекламодатель может выйти на диалог с аудиторией, узнать, что интересно какой-либо группе пользователей, а что наоборот отталкивает или приостанавливает потенциального покупателя. Получив обратную связь, маркетолог выстраивает более эффективную рекламную кампанию.

Главное отличие соцсетей от любого другого канала коммуникации – дистанция между брендом и клиентом минимальна. Бренд получает возможность не просто рассказать о преимуществах продукта и предложить скидки или акции, но и стать частью повседневной рутины клиента, создать эмоциональную связь, как бы подружиться с аудиторией. Люди вовлекаются в контент, им интересно его смотреть или читать, поэтому соцсети брендов при правильном подходе не вызывают отторжения и сопротивления, как, например, рекламные баннеры или телефонные звонки представителей компании.

Первоначальное предназначение социальных сетей достаточно простое – знакомство и общение людей в онлайн-пространстве. Однако сейчас социальные сети – это второй мир для человека, пространство, в котором он может создать свою новую личность или больше раскрыть настоящую, в социальных сетях человека никто не может ограничить. Такое развитие социальных сетей привело к расширению их функционала.

Эти знания позволяют маркетологам наиболее эффективно планировать кампании и привлекать больше потенциальных потребителей. Продвижение в соцсетях работает одинаково эффективно как для небольших компаний и стартапов, так и для зрелого и крупного бизнеса.

Исходя из сказанного выше можно сделать вывод, что с развитием социальных сетей SMM получил статус одного из самых эффективных инструментов для продвижения в интернет-пространстве и не только. Целевая аудитория многих брендов перенаправила своё внимание с экранов телевизоров в социальные сети. Пользователи больше доверяют тем компаниям, которые ведут социальные сети, делаясь тем, чем невозможно поделиться в рамках традиционной рекламы; современным людям гораздо ближе компания, размещающая мемы на актуальную тему нежели компания с дорогостоящей рекламой на телевидении. Именно поэтому можно с уверенностью сказать, что SMM – будущее современного маркетинга.

**Список источников**

1. Global Digital 2022: вышел ежегодный отчёт об интернете и социальных сетях — главные цифры // sostav.ru URL: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html> (дата обращения: 03.04.2023).
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. - 1-е изд. - М.: МИФ, 2013. - 376 с.

УДК 339.138

# СООБЩЕСТВО СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ SMM- ПРОДВИЖЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ БИЗНЕСА

**ШКУРАТОВА ПОЛИНА ЮРЬЕВНА**

студент

Северо-Западный институт управления

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Научный руководитель: Чигарева Диана Викторовна**

доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций,

Северо-Западный институт управления

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Аннотация:** Данное исследование посвящено важности использования социальных сетей для продвижения той или иной сферы бизнеса. В исследовании анализируется профессия SMM-менеджера, приводится актуальность SMM-продвижения и принцип его работы, изучаются преимущества данного метода, а также приводятся задачи, которые решаются посредством продвижения бизнеса через социальные сети. Основной целью исследования является анализ социальной сети ВКонтакте как сообщества для эффективного SMM-продвижения. Социальная сеть ВКонтакте рассматривается как платформа, позволяющая создать бизнесу необходимый имидж, выделить клиентоориентированность компании, привлечь новых клиентов и увеличить продажи. В данном исследовании изучаются настройки и рекламные возможности социальной сети ВКонтакте, приводится определение таргетированной рекламы и ее преимущества, а также исследуется широкий функционал сообществ ВКонтакте, который может не только заменить сайт компании, но и увеличить количество продаж. Исследование изучает статистику аудитории ВКонтакте по возрасту, полу и уровню дохода, а также наиболее популярные сферы бизнеса для продвижения и возможные способы привлечения внимания аудитории клиентов и подписчиков к сообществу бизнеса в развивающейся социальной сети ВКонтакте.

**Ключевые слова:** социальные сети, SMM-продвижение, рекламные возможности, таргетированная реклама, целевая аудитория.

**SOCIAL NETWORKING COMMUNITY “VKONTAKTE” AS A TOOL OF SMM-PROMOTION IN DIFFERENT SPHERES OF BUSINESS**

**Shkuratova Polina Yurievna***Scientific adviser: Chigareva Diana Viktorovna*

**Abstract:** The study is devoted to the importance of social networks usage for promotion in different business spheres. The profession of SMM manager, the relevance of SMM promotion and its' principles, the advantages of this method and the goals, which can be achieved are also analysed. The main goal of the re-

search is the analysis of social network VKontakte as a community for effective SMM promotion. Social network VKontakte is also considered as a platform, which helps business to create the necessary self-image, to identify the customer-oriented approach, to attract new clients and to enhance the sales. The settings and commercial possibilities of social network VKontakte are also investigated in this study. Moreover, the definition of targeted advertising and its' advantages, the wide range of functions of communities VKontakte, which can not only replace the company's site, but also enhance the quantity of sales are given. The research investigates the statistics of VKontakte, including such parameters as the age, the sex and the level of income, and also the most popular spheres of business for promotion and all the possible ways to attract the attention of clients and subscribers to the business community in developing social network VKontakte.

**Key words:** social communities, SMM-promotion, advertising opportunities, targeted advertising, target audience.

Общение в Интернете — неотъемлемая часть жизни современного общества. Важную роль в этом общении играют не только мессенджеры для личных переписок и рабочих чатов, но и социальные сети, где происходят новые знакомства, обмен фотографиями и музыкой. Помимо возможности самовыражения и постоянного общения, социальные сети стали площадкой для продажи товаров и продвижения услуг.

Социальные сети как площадка для продажи товаров и продвижения услуг повышает охват пользователей, привлекая новых клиентов и выстраивая доверительные отношения с уже имеющейся аудиторией. Различные сферы бизнеса улучшают свои позиции в поисковой выдаче, что приводит к узнаванию бренда и его дальнейшему активному развитию.

Профессия SMM-менеджера (Social Media Marketing с английского как маркетинг в социальных сетях) призвана обеспечить активное присутствие различных сфер бизнеса в социальных сетях. Согласно практикующему специалисту в сфере комплексного маркетинга Инне Новожиловой, в обязанности профессии входит и бюджетирование страницы или группы, и подготовка контента, и обработка обращений клиентов, и анализ эффективности продвижения [1, с. 352].

По маркетологу Андрею Гаврикову, SMM — основной компонент рекламы в социальных сетях, представляющий собой продвижение сайта или услуг компании. Продвижение посредством SMM позволяет привлечь пользователей напрямую [2, с. 480].

Какие же преимущества у социальных сетей как инструмента продвижения в сфере бизнеса?

Во-первых, возможность для пользователей делиться интересной информацией и широко распространять ее в пространстве социальной сети.

Во-вторых, запуск рекламных таргетированных кампаний, который распространяет рекламу того или иного продукта на конкретный сегмент аудитории: место жительства, возраст, семейное положение, образование, профессия, увлечения и так далее [3, с. 432].

В-третьих, реклама посредством SMM, эффективность которой обуславливается спецификой такого рода продвижения — создание и распространение интересного для пользователей контента и общение на вовлекающие темы. По мнению маркетолога Андрея Гаврикова, наиболее эффективны инструменты SMM-продвижения для малого, среднего и крупного бизнеса, интернет-бизнеса и b2b сектора [2, с. 480].

Согласно Ларисе Михайловне Капустиной, для эффективной работы любого бизнеса очень важен вопрос имиджа. Только компания, о которой «уже слышали», может вызвать доверие, столь важное в продажах товаров и услуг [13]. Создание профиля/группы/страницы в социальной сети и последующее SMM-продвижение создает бизнесу необходимый имидж, привлекает, тем самым, новых клиентов и увеличивает продажи.

ВКонтакте — российская социальная сеть, доступная на 86 языках и особенно популярная среди русскоязычных пользователей (рис.1). ВКонтакте позволяет не только отправлять сообщения и обмениваться аудио и видеозаписями, но и создавать собственные сообщества, продвигать бизнес.





**Рис. 1. Статистика посещаемости социальной сети ВКонтакте**

Рекламный потенциал ВКонтакте не ограничивается SMM-продвижением. Наличие рекламного кабинета и возможности запускать кампании по продвижению товаров и услуг превращают социальную сеть в удобную площадку для эффективной таргетированной рекламы того или иного бизнеса.

Таргетированная реклама ВКонтакте точно нацеливает объявления на определенную аудиторию по различным критериям и рекламные объявления показываются тем пользователям, которые нужны рекламодателю. Механизм таргетированной рекламы выстроен следующим образом: нахождение целевой аудитории, выявление ее болей и потребностей, постепенное «подогревание» аудитории с целью удовлетворения той или иной потребности [5, с. 167].

Согласно практикующему специалисту в сфере комплексного маркетинга Инне Новожиловой, ВКонтакте предоставляет необходимый спектр настроек для того, чтобы выделить среди пользователей нужную целевую аудиторию, которой с наибольшей вероятностью потребовались бы предлагаемые товары или услуги. Настройки аудитории включают в себя: географию, демографию, интересы пользователей и так далее [1, с. 352].

Одно из основных преимуществ социальной сети ВКонтакте как платформы для SMM-продвижения — широкий функционал сообществ, которые можно оформить под полноценный сайт и, тем самым, увеличить количество продаж (рис.2).

Сообщества социальной сети ВКонтакте позволяют:

1. общаться с клиентами от имени бренда и «подогревать» их интерес к покупке;
2. уведомлять клиентов об акциях и новостях при помощи рассылок и визуальной составляющей (фото и видео);

3. создавать обсуждения и опросы для клиентов для получения обратной связи;
4. размещать виртуальные «витрины» услуг и товаров, которые доступны к рекламному продвижению (каждую предлагаемую услугу или товар можно дополнить изображением, добавить описание и цену, указать скидку) (рис.2).



**Рис. 2. Рекламные возможности социальной сети ВКонтакте**

Какие еще функции и возможности для продвижения бизнеса предоставляет социальная сеть ВКонтакте?

ВКонтакте позволяет выкладывать короткие видеоролики: клипы и истории, которые могут быть использованы не только на личных страницах, но и в сообществах, являясь дополнительным источником для продвижения любого бизнеса.

Еще одним инструментом продвижения являются прямые эфиры: трансляции, доступные и с телефона, и с компьютера. Прямые эфиры можно легко адаптировать под тематику своего бизнеса. Например, ответить на вопросы клиентов, показать «закулисье» своего производства или прорекламировать новинки.

ВКонтакте предоставляет возможность для продвижения многих видов бизнеса, среди наиболее популярных можно отметить:

1. Торговлю. Благодаря наличию в сообществах виртуальной витрины с товарами и возможности увидеть живые фото-отзывы, платформа ВКонтакте удачна для совершения онлайн-покупок: одежда, аксессуары, детские товары, цветы;

2. Бизнес в сфере услуг. ВКонтакте является платформой для успешного продвижения разного рода услуг, поскольку функциональна для размещения наглядных фото и видеоматериалов. По мнению Елены Александровны Тохтобиной, к услугам, эффективнее всего продвигающимся в социальной сети ВКонтакте относятся: услуги сферы красоты; услуги фотографов; услуги кафе и ресторанов (например, торты на заказ или доставка пиццы); ремонт [6, с. 28];

3. Туризм и путешествия. Поскольку аудитория ВКонтакте является широкой и платежеспособной, продвижение туристического бизнеса также очень эффективно: от недорогих однодневных поездок по ближайшим городам до крупных туров по всему миру (рис.3).

На рисунке 3 приведена статистика аудитории ВКонтакте по возрасту, полу и уровню дохода [1, с. 352]. Согласно первой диаграмме, большее число пользователей женского пола в возрасте от 25 до 34 лет. Следует обратить внимание на то, что 81 % аудитории социальной сети ВКонтакте относится к категории «могут покупать дорогие вещи» (рис.3). Приведенная статистика доказывает не только платежеспособность целевой аудитории социальной сети, но и ее молодой возраст: большая вероятность покупок онлайн, бронирования туров, покупок детских товаров, запись на услуги.



### ВКонтакте гораздо больше высокодоходной аудитории, чем кажется скептикам



**Рис. 3. Аудитория социальной сети ВКонтакте**

Для того, чтобы все клиенты и подписчики перешли в бизнес-сообщество в социальной сети ВКонтакте, актуально создать рассылку по базам клиентов или опубликовать информацию о существовании сообщества, чтобы увеличить конверсию новых подписчиков. Ведь, как удалось выяснить, социальная сеть ВКонтакте стремительно развивается и обладает большим функционалом для эффективного SMM-продвижения бизнеса в различных сферах.

### Список источников

1. Новожилова И. А. SMM: Эффективное продвижение в социальных сетях: практическое руководство. — 2022. — С. 352.
2. Гавриков А. В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога/ Гавриков, А.В., Давыдов В. В., Фёдоров М. В. — 2022. — С. 480.
3. Солodar М. Настольная книга интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM. — 2020 — С. 432.
4. ВКонтакте для бизнеса: подробное практическое руководство: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://booksread.info/bookread-606388> (05.10.2022)
5. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг: учебное пособие. — 2017. — С. 167.
6. Тохтобина. Е.А. Эффективная работа в соцсети «ВКонтакте»: методическое пособие. — 2019. — С. 28.
7. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов. — 2021. — С. 363.

8. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов. — 2021. — С. 559.
9. Григорян Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник. — 2021. — С. 294.
10. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: учебник. — 2021. — С. 292.
11. Егоршин А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов. — 2020. — С. 302.
12. Инновационный маркетинг: учебник для вузов. — 2021. — С. 474.
13. Капустина Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети: монография. — Изд-во Урал.гос.эконом.ун-та.— 2015. —102 с.
14. Корнеева И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. — 2021. — С. 436.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга. — 2019. — С.496.
16. Кузьмина Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. — 2021. — С. 419.
17. Кульпин С.В. Структура и содержание интернет-маркетинга: учебное пособие. — 2020. — С. 100.
18. Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология: монография. — СПб.: ИП Петров Д. А. 2015.— 200 с.
19. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. — 2016. — С. 240.
20. Христофорова И.В. Специфические отличия услуги от товара. — 2007.— С. 9–11.

УДК 659

# ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ

**ЗАГОРСКАЯ ЮЛИЯ ОЛЕГОВНА**

студентка

ФГБОУ ВО Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

**Научный руководитель: Шадрина Любовь Юрьевна**

канд. социол. наук, доцент

ФГБОУ ВО Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

**Аннотация:** в статье подробно рассмотрены различные классификация маркетинговых исследований и их характеристика, а также расстроены основные этапы, необходимые для проведения маркетингового исследования. Обозначена важность проведения маркетинговых исследований для повышения удовлетворенности потребителей.

**Ключевые слова:** удовлетворенность потребителей, целевая аудитория, клиент, повышение удовлетворенности, оценка качества, репутация, бренд.

## CONSUMER SATISFACTION RESEARCH: STATUS, PROBLEMS, RECOMMENDATIONS FOR INCREASING SATISFACTION

**Zagorskaya Yulia Olegovna***Scientific adviser: Shadrina Lyubov Yurievna*

**Abstract:** The article describes in detail the various classifications of marketing research and their characteristics, as well as the main stages necessary for conducting marketing research. The importance of conducting marketing research to increase customer satisfaction is indicated.

**Key words:** customer satisfaction, target audience, customer, satisfaction improvement, quality assessment, reputation, brand.

На сегодняшний день на рынке функционирует множество различных фирм и компаний, которые находятся в условиях жесткой конкуренции за внимание клиентов. Для приобретения лояльных и удовлетворенных клиентов необходимо узнавать в чем именно нуждается целевая аудитория компании, какие потребности она хочет удовлетворить. Соответственно, чем качественнее производитель удовлетворяет запросы и потребности клиента, тем большую прибыль получает компания.

Европейская система маркетинговых исследований определяет маркетинговые исследования как систематический сбор, объективную запись, классификацию, анализ и представление данных, относящихся к поведению, потребностям, мнению, мотивации отдельных личностей и организаций в контексте их экономических, общественных, политических видов деятельности.

Наиболее распространенным считается определение Филиппа Котлера: «Маркетинговые исследования — это систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, исследование и отчет о результатах».

Так, без получения необходимых данных и дальнейшей их обработки маркетинг не сможет полностью удовлетворить все потребности покупателей и повысить уровень их удовлетворённости. Ключевой целью маркетинговых исследований является формирование информационно-аналитической базы для принятия маркетинговых решений.

Предмет маркетинговых исследований – вся маркетинговая деятельность на рынке, рыночные процессы и явления, связанные с ней.

Объект маркетинговых исследований – само предприятие и силы, входящие в макросреду (конкуренты, потребители и т.д.).

Для проведения маркетинговых исследований существуют определенные этапы, соблюдение которых, позволит компании избежать ошибок и получить необходимую информацию. Выделяют несколько ключевых этапов маркетингового исследования. На первом месте стоит определение основной проблемы и целей, которые необходимо достичь в процессе исследования. Обозначив проблемы можно приступить к формулировке и постановке целей. Они должны быть максимально конкретными, достаточно подробными, измеряемыми и достижимыми.

Следующий этап – это определение объектов исследования, подбор источников, составление плана. В процессе этого этапа разрабатываются определенные специфические задачи в рамках данных маркетинговых исследований (определение объектов исследования, подбор необходимых источников, поиск информации и составление плана).

Третий этап – сбор информации. После того, как был разработан план проекта исследования и произведён отбор источников информации, необходимо приступить к сбору наиболее важной информации.

Четвертый этап – это обработка полученных данных и проведение анализа. Анализ информации заключается в ее оценке, в большинстве своем с использованием статистических методов. Последующие результаты анализа зачастую используются как рекомендации о дальнейших действиях фирмы.

Последним этапом является разработка выводов, которые предоставляются руководству компании. Результатом практического использования предложений является количественная оценка их экономической эффективности по таким экономическим показателям, как: рост доли фирмы на рынке, рост объемов сбыта товаров, получение прибыли.

Таким образом, для получения наиболее точной информации в результате маркетингового исследования необходимо четко понимать и соблюдать все вышеперечисленные этапы. В случае несоблюдения одного из стадий проведения маркетингового исследования, компания может не достигнуть конечной цели и не выполнить основные задачи, которые послужили необходимостью для организации маркетингового исследования.

Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей направлено на сбор данных о поведении покупателей, об их желаниях, ожиданиях насчет сотрудничества с компанией и предоставляемого товара. Изучение удовлетворенности покупателей ведется на базе данных опроса, наблюдения и эксперимента.

Зачастую, исследование удовлетворенности производится методом опросов покупателей, поскольку в этом случае возможно получить количественные показатели удовлетворенности. Благодаря таким исследованиям организации могут модернизировать, изменять и постоянно совершенствовать предлагаемый продукт, а также корректировать каналы сбыта.

На основе изученной теоретической информации было проведено исследование удовлетворённости потребителей «Mixit», целью которого было исследование удовлетворенности потребителей, выявление текущего состояния и проблемы, разработка рекомендаций по повышению удовлетворенности. В процессе исследования нами были выявлены различные мнения потребителей о качестве продукции, удовлетворенность клиентов компании, рекомендации, направленные на повышение удовлетворенности потребителей. Для получения необходимой информации нами была разработана анкета и

гипотезы исследования. В результате исследования подтвердились следующие гипотезы:

Гипотеза следствия №1. Наиболее важный фактор для потребителя при покупке уходовой косметики – безопасность.

Гипотеза следствия №3. Респонденты желают видеть больше брендовой продукции в ассортименте бренда.

Также респонденты хотели бы увеличить количество видов продукции для лица и брендовой продукции, некоторые сочли бы приемлемым и нужным добавить в ассортимент товары для мужчин. В целом, качество продукции торговой марки «Mixit» соответствует ожиданиям потребителей, большинство из них скорее всего приобретут товары бренда вновь. Текущая удовлетворенность находится на уровне «скорее удовлетворен». Для повышения уровня удовлетворенности клиентов стоит обратить внимание на внешний вид упаковки, текстуру и объем продукта, а также пересмотреть ценовую политику бренда. Некоторые изменения в данных сферах помогут привлечь как новую аудиторию, так и повысить удовлетворенность и лояльность уже имеющих клиентов.

Таким образом, нами было проведено пилотажное исследование. На основе эмпирического исследования были выявлены основные недостатки и разработаны рекомендации, которые позволят их устранить.

#### Список источников

1. Алешин А. Ориентация на потребителя – ключевой фактор успешной деятельности предприятия // Журнал «Стандарты и качество». 2006. № 5. С. 78-84.
2. Баканов Г.Б. Маркетинг. Таганрог: ТРТУ, 2005. 107-116 с.
3. Ермолаев Г.Н. Маркетинговые исследования, как предпосылка успешного функционирования предприятий в рыночной среде // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. С. 99-205.
4. Калиева О.М., Марченко. В.Н., Дергунова М.И. Современные подходы к маркетинговым исследованиям: цели, задачи и основные понятия // Инновационная экономика: материалы I Междунар. науч. конф. Казань. 2014. С. 96-99.
5. Крюкова А.А. Алгоритм управления взаимоотношениями с клиентами. 2011. №2. С. 112-118.

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ



УДК 336.645.1

# АПРОБАЦИЯ АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЯ NPV В ПЕССИМИСТИЧЕСКОМ СЦЕНАРИИ ВАРИАТИВНОГО ВЫЧИСЛЕНИЯ ОБЪЕМА КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ

**ГУЖЕВ ДМИТРИЙ АЛЕКСЕЕВИЧ**

соискатель степени «кандидат экономических наук» по научной специальности 5.2.4 «Финансы»  
Департамента экономики, менеджмента и бизнес-технологий  
АНО ВО "Университет БРИКС (ЮниБРИКС)";  
Начальник отдела капитального строительства АО «Адмиралтейские верфи»

**Аннотация:** Работа раскрывает результаты апробации авторского подхода к анализу чувствительности показателя NPV в сценарном аспекте определения требуемого объема начальных инвестиций (капитальных вложений) на примере возведенных и введенных в эксплуатацию объектов энергетического хозяйства промышленного назначения.

**Ключевые слова:** инвестиционный проект, NPV, сценарии реализации проекта, анализ чувствительности.

## APPROBATION OF THE SENSITIVITY ANALYSIS OF THE NPV INDICATOR IN A PESSIMISTIC SCENARIO OF VARIABLE CALCULATION THE VOLUME OF CAPITAL INVESTMENTS

**Guzhev Dmitrii Alekseevich**

**Abstract:** the work reveals the results of the approbation of the author's approach to the analysis of the sensitivity of the NPV indicator in the scenario aspect of determining the required volume of initial investments (capital investments) on the example of constructed and commissioned industrial facilities.

**Key words:** investment project, NPV, project implementation scenarios, sensitivity analysis.

### Введение

Исследование посвящено апробации предложенного автором способа выполнения анализа чувствительности показателя эффективности чистого дисконтированного дохода (далее – NPV), опубликованного в авторском исследовании [1] (Guzhev, 2023).

Объектом исследования послужили два объекта энергетического хозяйства, введенных в эксплуатацию: трансформаторная подстанция – 33 (далее – ТП-33), станция газификации технологических газов (далее - СГТГ).

Фактическим материалом послужили авторские изыскания по определению показателя NPV для указанных объектов на различных этапах обоснования требуемого объема инвестиций, опубликованные в работе [2] (Guzhev, 2023).

### Методы исследования

Анализ чувствительности выполнен по методике, обоснованной автором в работе [1] (Guzhev, 2023), с учетом следующих уточнений и оговорок:

1) так как на этапе определения требуемого объема капитальных вложений технико-экономического обоснования (далее – ТЭО) «ожидаемый диапазон точности определения объема инвестиций в форме капитальных вложений» [3] (Guzhev, 2022) максимален и в пессимистическом сценарии перекрывает значения «коэффициентов сценария эффективности инвестиций» (далее  $K_{СЦ}$ ) [4] (Guzhev, 2022) на остальных этапах определения капитальных вложений;

2) формула расчета показателя NPV приведена в авторской работе [5] (Guzhev, 2022) (для этапа ТЭО, пессимистический сценарий):  $NPV_P = -CF_0 \cdot K_{СЦ} + \frac{CF_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{CF_n}{(1+i)^n}$  (1);

3) шаг изменения  $K_{СЦ}$  принят равным 0,05 (5%), так как, такой шаг, с одной стороны достаточен для выполнения анализа чувствительности, а с другой стороны, кратно коррелирует со значениями  $K_{СЦ}$  на иных, кроме ТЭО этапах определения требуемого объема капитальных вложений;

4) анализ чувствительности выполнен в пессимистическом сценарии, как осуществившимся в натуре, при реализации указанных объектов, по сравнению с фактическими затратами, учтенными при постановке возведенных объектов на бухгалтерский учет.

### Обсуждение и результаты

Для объектов ТП-33, СТГТ, постоянное значение суммы  $\frac{CF_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{CF_n}{(1+i)^n}$ , объем капитальных вложений, определенный по фактическим затратам, и на этапе ТЭО, в пессимистическом сценарии приведен в таблице 1.

Таблица 1

#### Объем капитальных вложений для объектов

Объект	CF <sub>0</sub> , млн. руб.		Сумма $\frac{CF_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{CF_n}{(1+i)^n}$ , млн. руб.
	ТЭО, пессимистический сценарий	Фактические затраты	
ТП-33	51,88	50,69	55,03
СТГТ	14,55	14,32	14,93

Источник: авторское исследование [2]

Таблица 2

#### Расчет показателя NPV, с учетом изменения объема капитальных вложений

Объект	CF <sub>0</sub> , млн. руб.	$K_{СЦ}$	NPV, млн. руб.
Пессимистический сценарий	<b>51,88</b>	<b>1,3</b>	<b>3,15</b>
	49,89	1,25	5,14
	47,89	1,20	7,14
	45,90	1,15	9,13
ТП-33	43,90	1,10	11,13
	41,91	1,05	13,12
Базовый сценарий	39,91	1,0	15,12
	<b>50,69</b>	$K_{СЦ}$ фактический *	<b>4,34</b>
Фактические затраты	<b>50,69</b>	<b>1,27</b>	
	<b>14,55</b>	<b>1,3</b>	<b>0,38</b>
	13,99	1,25	0,94
СТГТ	13,43	1,20	1,5
	12,87	1,15	2,06
	12,31	1,10	2,62
Базовый сценарий	11,75	1,05	3,18
	11,19	1,0	3,74
	<b>14,32</b>	$K_{СЦ}$ фактический *	<b>0,61</b>
Фактические затраты	<b>14,32</b>	<b>1,28</b>	

\* $K_{СЦ}$  фактический = CF<sub>0</sub> фактических затрат / CF<sub>0</sub> базового сценария

Источник: авторская разработка

Расчет показателя NPV, по формуле (1), с учетом вариативного изменения объема капитальных вложений, с установленным шагом изменения  $K_{сц}$ , приведен в таблице 2.

Анализ чувствительности показателя NPV к вариативному определению капитальных вложений выполнен в таблице 3.

Таблица 3

### Анализ чувствительности показателя NPV

CF <sub>0</sub> , млн. руб.	K <sub>сц</sub>	NPV, млн. руб.	ΔNPV по фактическим затратам	
			млн. руб.	%
Объект ТП-13				
51,88	1,3	3,15	-1,19	(-)27,4
<b>50,69*</b>	<b>1,27</b>	<b>4,34</b>	-	-
49,89	1,25	5,14	0,8	18,43
47,89	1,20	7,14	2,80	64,32
45,90	1,15	9,13	4,79	110,37
43,90	1,10	11,13	6,79	156,45
41,91	1,05	13,12	8,78	202,30
39,91**	1,0	15,12	10,78	248,39
Объект СТГТ				
14,55	1,3	0,38	-0,23	(-)37,70
<b>14,32*</b>	<b>1,28</b>	<b>0,61</b>	-	-
13,99	1,25	0,94	0,33	54,10
13,43	1,20	1,5	0,89	145,90
12,87	1,15	2,06	1,45	237,70
12,31	1,10	2,62	2,01	329,51
11,75	1,05	3,18	2,57	421,31
11,19**	1,0	3,74	3,13	513,11
* - показатели по фактическим затратам ** - показатели базового (расчетного) сценария				

Источник: авторская разработка

### Выводы

В исследовании, выполнена апробация способа анализа чувствительности расчета показателя NPV, обоснованного в авторской статье [1] (Guzhev, 2023), к вариативному определению объекта капитальных вложений, по фактически затратам, на примере двух введенных в эксплуатацию, объектов энергетического хозяйства промышленного назначения. В связи с тем, что реализация объектов произошла, фактически, в пессимистическом сценарии (по определению объема начальных инвестиций), в настоящей работе исследовался как раз пессимистический сценарий, причем на этапе ТЭО, как наиболее широко вариативного в смысле диапазона коэффициентов сценария эффективности инвестиций.

В ходе апробации анализа чувствительности, подтвердились выводы автора, приведенные в статье [1] (Guzhev, 2023) о характере причинных связей рассматриваемых показателя и параметра: показатель NPV и вариативность определения капитальных вложений связаны обратно-пропорционально.

Показатель NPV в базовом сценарии (расчетном, в классических методах) несколькократно (в 3,8 раза, в среднем, для обоих объектов) превышает, определенный по фактическим затратам.

В пессимистическом же сценарии, рост объема капитальных вложений обуславливает соразмерное уменьшение показателя NPV. Показатель NPV, определенный в пессимистическом сценарии ( $K_{сц} = 1,3$ ), несколько меньше (на 32%, в среднем, для обоих объектов), определенного по

фактическим затратам, что является подтверждением целесообразности применения авторского подхода к вариативному определению динамических показателей эффективности инвестиций, в том числе показателя NPV.

#### Список источников

1. Гужев Д. А. Анализ чувствительности показателя чистого дисконтированного дохода при вариативном подходе к определению начальных инвестиций на этапах инвестиционного проекта // Экономическая безопасность. 2023 т. 6, № 1. DOI:10.18334/есsec.6.1.117392.
2. Гужев Д. А. Расчет NPV методом коэффициентов сценария эффективности инвестиций на этапах инвестиционного проекта // Экономика: актуальные вопросы теории и практики. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023. с. 44-48. URL: <https://www.elibrary.ru> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Гужев Д. А. Диапазон точности определения объема инвестиций в форме капитальных вложений // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2022. № 60. DOI:10.17223/19988648/60/10.
4. Гужев Д. А. Предельный объем инвестиций на различных этапах реализации инвестиционного проекта в форме капитальных вложений // Ученые записки Международного банковского института. 2022 № 2 (40) с. 30-56. URL: <https://www.elibrary.ru> (дата обращения: 03.04.2023).
5. Гужев Д. А. Методика расчета чистого дисконтированного дохода инвестиционного проекта с учетом вариативность определения денежного потока капитальных вложений // Финансы и кредит. 2022 т. 28, № 9. DOI:10.24891/фс.28.9.2016.

# НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 336.221

# НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И СПОСОБЫ ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ УСЛУГ

**МАЛЯР ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВНА**

студентка

ГБОУ ВО "Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова"

**Аннотация:** В данной работе раскрыты сущность и цели налогового планирования на предприятии сферы услуг, а так же были изучены принципы на которых основывается налоговое планирование организации. Помимо этого, были рассмотрены методы внутреннего и внешнего планирования для оптимизации налогообложения.

**Ключевые слова:** налог, налоговое планирование, налогообложение, оптимизация налогообложения, налоговые риски.

## TAX PLANNING AND WAYS TO OPTIMIZE IT AT A SERVICE ENTERPRISE

**Malyar Olga Vasilievna**

**Annotation:** In this paper, the essence and objectives of tax planning at a service enterprise are revealed, and the principles on which the organization's tax planning is based have been studied. In addition, the methods of internal and external planning for tax optimization were considered.

**Key words:** tax, tax planning, taxation, tax optimization, tax risks.

На предприятиях сферы услуг проявляют особое внимание к налоговому планированию. В основном это связано с тем, что влиянию налогового законодательства подвержена достаточно большая доля финансово-хозяйственных операций. В финансовых потоках хозяйствующего субъекта занимает весомую долю налоговые платежи и является для него существенным бременем. В связи с этим, как правило, от качественного профессионального решения, которое принимается с учетом различных налоговых последствий, и зависит дальнейшая перспектива предприятия, являющегося законопослушным налогоплательщиком.

Для термина «налоговое планирование» в экономической литературе приводят различные определения, но все они ведут к тому, что налоговое планирование (оптимизация налогов) – это снижение налогового обязательства налогоплательщиком путем правомерных целенаправленных действий, несущих в себе максимальное использование всевозможных налоговых льгот и освобождений, предоставляемых государством [1, с.19].

У налогового планирования можно выделить несколько основных целей:

- следование налоговому законодательству;
- уменьшение к минимуму налоговых выплат;
- максимизация прибыли;
- планирование взаимовыгодных сделок;
- управление денежными потоками;
- тесное взаимодействие с членами налогового планирования;

- воздействие на законодательные органы власти, а также на финансовые и налоговые органы и суды [2, с.6].

Для ведения налогового планирования налогоплательщик должен следовать нескольким главным функциям:

- Налоговая оптимизация;
- Планирование налоговых сумм по видам уплачиваемых налогов;
- Контроль за сроками уплаты налогов;
- Обнаружение налоговых рисков и их анализ;
- Прогноз изменений в налоговом законодательстве для дальнейшего использования в собственных интересах.

Налоговое планирование используется с целью улучшить финансовое состояние предприятия, а также увеличить его инвестиционную привлекательность. В связи с этим, необходимо применять оптимизацию налогов пока расчетные показатели чистой прибыли дают прирост.

Существуют следующие принципы, на которых основывается налоговое планирование [3, с.30]:

- Принцип законности – заключается в беспрекословном следовании всем действующим требованиям законодательства при уплате и исчислении налогов;
- Принцип оперативности – сводится к тому, что в налоговую политику предприятия своевременно должны вводиться корректировки и улучшения с учетом всех перемен законодательства;
- Принцип оптимальности – основан на том, что применение механизмов, которые помогают уменьшить сумму налогового обязательства, не должны никаким образом навредить стратегическим целям и интересам собственников предприятия.

При грамотном использовании налоговое планирование может помочь понизить расходы на уплату налогов. Методы налогового планирования направлены на разработку стратегии по оптимизации налогообложения предприятия. Экономический процесс, протекающий на предприятии в плановом периоде служит предметом налогового планирования. Данный план необходимо разрабатывать заранее, к примеру, для планирования на месяц план нужно составить до 20 числа предыдущего месяца.

Методы оптимизации налогового планирования разделяют на два вида: внешние методы и внутренние [4, с.91]. К внешним методам относят:

1. Метод замены налогового субъекта. Здесь основой оптимизации налогов лежит замена на менее облагаемую налогами организационно-правовую форму ведения бизнеса. К примеру, возможно в один из филиалов предприятия трудоустроить достаточное количество людей с ограниченными возможностями и воспользоваться льготами для понижения суммы налогов.

2. Метод замены вида деятельности. Предприятие может сменить свой вид деятельности на похожий, но менее облагаемый налогами. Таким образом, торговое предприятие может стать простым торговым агентом для уменьшения налоговых отчислений.

3. Метод замены налоговой юрисдикции. При этом методе часть акций предприятие выводит в офшор. Вся суть заключена в уменьшении уплаты налогов путем регистрации предприятия на территории с льготным налогообложением. Так же создается предприятие с низкими налогами во внешних зонах.

Методы внешнего планирования являются более сложными и затратными, поэтому не всегда их возможно реализовать, однако со стороны государства предоставляется множество возможностей для уменьшения сумм уплачиваемых налогов посредством внутренних изменений. Внутренние методы в налоговом планировании подразделяют на два вида:

1. Общие методы. К ним относятся:

- разработка учетной политики. Это происходит раз в год, и является неотъемлемой составляющей в планировании, так как учетная политика несет в себе нюансы бухгалтерского учета и определяет деятельность всей фирмы;
- переоценка основных средств. Она осуществляется с целью экономии отчислений по налогу на прибыль и имущественному налогу;
- использование ускоренной амортизации (возможности данного метода ограничены в России);

- использование контрактных схем. Этот метод базируется на использовании нескольких договоров с конкретными формулировками вместо размытых и нечетких. При заключении сделки указанная схема дает возможность снизить налог;

- применение различных льгот. Налоговое законодательство предоставляет в всевозможные льготы, которые проявляются в пониженных налоговых ставках, отсрочках платежей, налоговых кредитах, а также полном освобождении в уплате налогов для определенной категории граждан;

2. Необходимо выделить и специальные методы в налоговом планировании [5, с.58]. Хотя данные методы и имеют уже сферу использования, однако каждое предприятие сможет найти для себя необходимый метод. Наиболее распространенные методы:

- заметы отношений - он помогает решить хозяйственные проблемы. Предприятие при выбранном методе вправе выбирать в рамках законодательства любую форму отношений;

- разделения отклонений, при котором возможно сменить некоторую часть хозяйственных отношений;

- уменьшение размера объекта – замена объекта на тот, который менее облагаем налогом. Здесь идет речь о самом объекте, имуществе компании или определенных операциях;

- отсрочка уплаты налога – перенос налогового платежа в следующий календарный период;

В случае использовании одновременно нескольких методов планирование (как, например, метод отсрочки и замены), то образуется возможность для существенного снижения сумм исчисляемых налогов.

Из этого следует, что оптимизация налогообложения – это поиск пути наиболее подходящего сочетания налоговой структуры и модели налогообложения организации. [6, с.51]

Государство идет навстречу все предпринимателям касательно оптимизации налогов, что выражено в возможности планирования налогов с использованием существующих налоговых льгот и различных ставок по налогам. Пробелы в законодательстве по части налогообложения так же косвенно влияют на достижение налоговой оптимизации. Это обусловлено не столько недостаточным уровнем юридических знаний лиц, принимающих данные законы, сколько невозможностью учесть все нюансы, возникающие в деятельности организаций, и которые могут каким-либо образом воздействовать на способы налогового планирования.

Самые распространенные методы снижения налогов у предпринимателей: налоговое планирование, уклонение от налогов и избежание уплаты налогов.

Налоговое планирование – это самый лучший путь для оптимизации налогообложения и финансовой политики предприятия сферы услуг. Грамотное планирование налогов позволяет законно сокращать размеры налоговых отчислений на основе детального изучения налогового законодательства и организации своей хозяйственной деятельности в соответствии с требованиями оптимизации налогообложения.

#### Список источников

1. Бодрова Т. В. Налоговый учет и налоговое планирование: Учебник для бакалавров / Т. В. Бодрова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 320 с. — [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/173901#1>

2. Большухина И. С. Налоговое планирование : учебное пособие / И. С. Большухина; Ульянов. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2020. – 112 с — [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/165015#1>

3. Эльяшев Д.В. Налоговая система РФ: учебно-методическое пособие. – СПб.: СПбГАУ, 2019. – 124 с. — [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/162875#1>

4. Чернобай Н.Б. Финансово-экономический механизм организации: учебное пособие (направление подготовки 38.06.01 – «Экономика») Н.Б. Чернобай – Ставрополь: Литера, 2020. – 104 с. — [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/245936#1>

5. Лукаш Ю.А. Налоговое планирование как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса : учебное пособие/ Ю.А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 97 с. — [Электронный ре-



курс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/266366#1>

6. Стеба, Н.Д. Налоговое планирование: учебное пособие / Н.Д. Стеба; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018. С 79 — [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/159802#1>

УДК 330

# НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА ПРЕДПРИЯТИЙ

ГЛАДУНОВА ДАРЬЯ ЭДУАРДОВНА

магистрант 2 курса обучения

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

**Аннотация:** данная статья посвящена одной из самых сложных и актуальных проблем в финансовой сфере экономической сущности налоговой нагрузки и ее оценке. В статье раскрыты различные определения этого понятия, представлено сравнение уровня российского показателя с мировым и другими развитыми странами мира. В работе также указаны некоторые методы оптимизации налоговой нагрузки, которые являются правомерными и законными методами снижения платежей в сфере налогообложения.

**Ключевые слова:** налоговая нагрузка, предприятие, оптимизация, методы оценки.

## TAX BURDEN OF ENTERPRISES

**Abstract:** This article is devoted to one of the most difficult and urgent problems in the financial sphere of the economic essence of the tax burden and its assessment. The article reveals various definitions of this concept, presents a comparison of the level of the Russian indicator with the world and other developed countries of the world. The paper also indicates some methods of optimizing the tax burden, which are legitimate and legitimate methods of reducing payments in the field of taxation.

**Key words:** tax burden, enterprises, optimization, valuation methods.

Налогообложение является важным элементом деятельности любое юридическое или физическое лицо. Представляя налоги как льготы в пользу государственных органов, вопрос о влиянии этого аспекта на финансово-хозяйственную деятельность, то есть оценку налогового бремени, становится особенно важным. Именно налоговая нагрузка на бизнес во многом определяет предпринимательскую активность населения страны, ее экономический и инвестиционный климат, благосостояние населения. Таким образом, налоговая нагрузка является основным показателем, характеризующим гармонизацию интересов государства, с одной стороны, и налогоплательщиков, с другой. Мы не можем отрицать тот факт, что налогообложение играет большую роль для бизнеса, с точки зрения оценки их обязательств перед бюджетом и внебюджетными фондами, что позволяет определить, насколько обременительна налоговая система для юридических и физических лиц и какую часть ресурсов субъекта необходимо направлять в качестве платежей для государственных органов это означает определение налоговой нагрузки налогоплательщиков. Поэтому определение оптимального размера налоговой нагрузки - это задача поиска компромисса, баланса расходящихся интересов государства и налогоплательщика. В этом контексте как текущее состояние решения этого вопроса в Российской Федерации, так и опыт, накопленный странами Европейского Союза, чрезвычайно важны, поскольку интеграция международных и российских стандартов бухгалтерского учета не может не повлиять на вопросы налогообложения [3].

С помощью показателя налоговой нагрузки принимаются ключевые управленческие решения на микроуровне, включающие разработку методов налоговой оптимизации, выбор налогового режима и т.д. Таким образом, налоговая нагрузка является важным критерием привлечения иностранных инвестиций, в которых сегодня очень нуждаются российские и иностранные хозяйствующие субъекты. Несмотря на важность показателя налоговой нагрузки, существует неоднозначность в его интерпретации в научной и практической среде отечественных и европейских ученых, а также государственными органами и наднациональными образованиями [1].

Поиск и создание "точек роста" отечественной экономики, развитие малого и среднего бизнеса не могут не затрагивать вопросы, связанные с налоговой нагрузкой на бизнес. С одной стороны, уменьшение объема средств, выводимых в пользу государства, создает предпосылки для развития предпринимательства как резидентами, так и нерезидентами страны. В то же время сегодня государство не имеет права отказывать или замораживать объем средств, выделяемых на выполнение своих обязанностей в целях поддержания политической стабильности. Вот почему вопрос налогового бремени можно рассматривать как поиск компромисса ключевых заинтересованных сторон: налогоплательщика, государственных органов и получателей государственных услуг [4].

Ключевым вопросом исследования является опыт применения подходов к анализу налоговой нагрузки в России и ЕС, а также управленческие решения, которые могут быть приняты на основе полученных данных. Этот вопрос имеет довольно широкую теоретическую разработку, но это не только консенсус ученых, но даже юридический аспект оставляет без ответа базовые вопросы, что значительно снижает возможность и практичность использования данного показателя на практике. Такая ситуация крайне неблагоприятна и не способствует повышению инвестиционной привлекательности или развитию предпринимательской активности.

Суммируя спорные моменты и различия во взглядах экономистов, участвующих в разработке методов анализа налоговой нагрузки, можно выделить два спорных момента: 1. Разногласия по совокупности налогов, нагрузке на деятельность предприятия, с которой планируется производить оценку; 2. Различия в базе сравнения с совокупностью налогов: доход, средства, остающиеся в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, соответствующая налоговая база. Однако существенным недостатком этих подходов, по мнению экспертов, является то, что они не характеризуют налоговую способность предприятия, которая, по аналогии с кредитоспособностью или платежеспособностью, определяется способностью предприятия выполнять налоговые обязательства без ущерба для своего финансового состояния и экономической безопасности. Это позволяет оценить уровень налоговой нагрузки по отношению к финансовым показателям и имущественному потенциалу, который необходимо улучшить в аспекте эффективности бизнеса. Развивая эту логику, ряд ученых выделили такую характеристику, как налоговый потенциал, который даже на микроуровне трактуется широко, начиная от скрытых, неявных переплат налогов в бюджет, являющихся резервом организации для улучшения ее финансовых результатов и заканчивая с оптимальным количеством налогов и сборов в идеальной для конкретной организации налоговой системе. Согласно подходам некоторых экономистов, налоговый потенциал - это отношение уплаченных сумм к отнесению налогов и сборов к прибыли до налогообложения. Значения этого показателя находятся в диапазоне от нуля до плюс бесконечности [5].

Существуют также особые моменты в экономической интерпретации показателя налогового потенциала, на которые следует обратить внимание, особенно в контексте российского и иностранного малого и среднего бизнеса. Высокое значение этого показателя, падающее в интервале от единицы до бесконечности, может указывать на следующее: 1) низкое качество налогового управления и неприменение мер налоговой оптимизации; 2) снижение экономического потенциала и проявление кризисных процессов на предприятии, которые могут спровоцировать потерю платежеспособности предприятия; 3) недостоверность данных, представленных в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Нахождение значений этих показателей в диапазоне от нуля до единицы и реализация неравенства характеризует ситуацию, когда компания способна инвестировать в свою деятельность за счет средств, полученных в результате ее функционирования. Такая ситуация выгодна и государству, поскольку устойчивый и развивающийся бизнес является долгосрочным источником дохода для бюджетов разных уровней. Превышение налогового бремени над налоговым потенциалом характеризует разрушительную роль налогов в функционировании бизнеса. Хозяйствующий субъект в этом случае не в состоянии выполнять свои обязанности налогоплательщика, теряет свою платежеспособность, тем самым увеличивая риск банкротства. При определении направления анализа налоговой нагрузки в контексте реализации ее стимулирующих функций используются общие и частные коэффициенты налоговой нагрузки. Общие показатели налоговой нагрузки представляют собой частное от общей налоговой нагрузки, деленное на показатели, которые обычно характеризуют доход организации или средства, остающиеся в распоря-

жении организации после расходов: выручка, общий доход, вновь созданная стоимость, общий приток денежных средств, чистый денежный поток и т.д. Частные показатели налоговой нагрузки рассчитываются как отношение уплаченных налогов к базе их расчета.

Направления совершенствования методов анализа налоговой нагрузки со стороны предприятия должны обеспечивать получение информации, необходимой для разработки и принятия управленческих решений в области повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Следовательно, анализ налоговой нагрузки следует проводить в контексте ее влияния на деловую активность, что возможно путем расчета представленных показателей с использованием следующего алгоритма: 1. Расчет налогового потенциала и налоговой нагрузки; 2. Сравнение показателей, рассчитанных в пункте 1, формулировка выводов о влиянии текущей суммы налогов на экономический потенциал предприятия; 3. Расчет налоговой нагрузки на денежные потоки; 4. Анализ данных, полученных в пункте 3, формирование выводов о масштабах вывода средств в пользу государства в контексте общего денежного потока; 5. Расчет частных показателей налоговой нагрузки; 6. Анализ результатов расчетов, проведенных в пункте 5, включая динамика; 7. Консолидация выводов, полученных в результате выполнения пунктов 2, 4, 6. Разработка мер по оптимизации налоговой нагрузки и повышению эффективности бизнеса [2].

Несмотря на теоретические предположения о влиянии уровня налоговой нагрузки на финансовое состояние предприятий, расчеты не позволили продемонстрировать высокую корреляцию между финансовыми показателями и налоговой нагрузкой, что негативно характеризует стимулирующие возможности налоговой нагрузки предприятия и актуализирует необходимость разработки других способов стимулирования малый и средний бизнес в России. Кроме того, необходимо учитывать факт специфики функционирования малого и среднего бизнеса в Российской Федерации и неточности бухгалтерской (финансовой) отчетности. Последний аспект - это большая проблема российских малых и средних предприятий. 7. Заключение Исследование выявило важность процесса и результатов анализа налоговой нагрузки, поскольку благодаря этому показателю становится возможным: - Получить более подробное и систематизированное описание налогообложения предприятия; - Определить возможные способы минимизации налоговой нагрузки рассматриваемой организации; - повысить значимость налогового фактора в улучшении финансового состояния коммерческой организации. Существующая неоднозначность подходов и толкований, неоднозначность ключевых терминов, в том числе на уровне законодательных актов, существенно снижает целесообразность использования существующих методик [6]. Более того, было выявлено, что большинство современных подходов к анализу налоговой нагрузки заключаются в нахождении доли средств, изъятых в пользу государства, в конкретной базе сравнения. Однако развитие отечественной экономики требует аналитической ориентации этих подходов и выявления взаимосвязи с финансовыми результатами предприятия. В этом случае стимулирующая функция налогов может быть реализована в полной мере и бюджетные расходы на программы развития предпринимательства и инвестиционной привлекательности будут более эффективными. Таким образом, дальнейшая разработка вопросов, связанных с налоговым бременем, актуальна как в теоретическом, так и в практическом плане, в то время как решения этого вопроса нет ни в отечественной, ни в европейской экономической практике.

#### **Список источников**

1. Беспалов М.В., Филина Ф.Н. Схема минимизации налогообложения / Под ред. Д.В. Соловьевой [Электронный ресурс]. – М.: Гроссмедиа. РОСБУХ, 2010. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Вылкова Е.С., Романовский М.В. Налоговое планирование: Учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. 634 с.
3. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. – М.: Российская экономическая школа, 1998. 42 с.

4. Пятов М.Л. Бухгалтерская прибыль как стимул к экономическому рефлексу. URL: <http://www.buh.ru/document.jsp?ID=1620&break||rISCINDDIIDD1620DI=2> (дата обращения 28.12.2023).
5. Сайфиева С.Н., Гильманова А.В. Опыт налогового планирования на предприятии / Тезисы доклада на Девятом всероссийском симпозиуме «Стратегическое планирование и развитие предприятий» Секция 3 Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. – М.: ЦЭМИ РАН, Апрель 2008. - С. 150-152.
6. Салькова О. С. Налоговая нагрузка в системе управления финансами предприятия // Финансы. 2010. No 1. С. 33-38.

# МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 004.832.22

# ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПОРТОВЫХ МОЩНОСТЕЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**БОРИСОВ РОМАН ПАВЛОВИЧ**

аспирант

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

**Аннотация:** сложно переоценить связующую роль Приморского края для укрепления позиций России в Азиатско-тихоокеанском регионе, в особенности роль транспортно-логистического комплекса Приморья. Приморский край имеет огромный потенциал в сфере торгово-экономического сотрудничества с азиатскими странами. Тема исследования предопределена общемировой тенденцией внедрения самых передовых технологий в сфере логистики, поставок и торговли. Актуальность данной темы состоит в жизненной необходимости опережающей модернизации транспортно-логистического комплекса для ускорения экономического развития Приморского края и, в последствии, укрепления сотрудничества с соседями по АТР, что является для России одним из основных приоритетов как в экономике, так и в политике.

**Ключевые слова:** международные грузоперевозки, цифровизация, автоматизация, управление транспортным комплексом, мультимодальные перевозки, трансфер технологий, технологическая кооперация.

**INNOVATIVE DEVELOPMENT OF PORT FACILITIES IN PRIMORSKY KRAI AS A CONDITION FOR SUCCESSFUL INTEGRATION INTO THE INTERNATIONAL LOGISTICS SYSTEM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION**

**Borisov Roman Pavlovich**

**Abstract:** It is difficult to overestimate the binding role of Primorsky Krai in strengthening Russia's position in the Asia-Pacific region, in particular the role of the transport and logistics complex of Primorye. Primorsky Krai has a huge potential in the field of trade and economic cooperation with Asian countries. The research topic is predetermined by the global trend of introducing the most advanced technologies in the field of logistics, supply and trade. The relevance of this topic lies in the vital need for advanced modernization of the transport and logistics complex to accelerate the economic development of Primorsky Krai and, subsequently, strengthen cooperation with its neighbors in the Asia-Pacific region, which is one of the main priorities for Russia both in the economy and in politics.

**Key words:** international cargo transportation, digitalization, automation, transport complex management, multimodal transportation, technology transfer, technological cooperation.

Логистика является одним из основных фокусов развития современных технологий, так как международная торговля находится в топе приоритетных интересов всех государств, в том числе России. Если говорить о восточной части Российской Федерации, то пристальное внимание привлекает портовый комплекс Приморского края, который является основным звеном торговых операций между Россией и Азией. Модернизация портового хозяйства, внедрение новых технологий в логистические процессы жизненно важны для сохранения текущих позиций и дальнейшего развития.

Географическое положение Приморского края создало предпосылки для создания на его территории крупной системы морских портов, обеспечивающих круглогодичную навигацию грузовых и пассажирских судов. Приморский край является центром важнейших морских транспортных каналов, затрагивающих такие значимые для экономики страны регионы как районы восточной Арктики, Сахалин, Охотское побережье, Чукотский край. Регион находится на пути крупных международных маршрутов, а близость к Японии и странам Азиатско-Тихоокеанского региона позволяет краю транспортировать большие объемы импортных, экспортных и транзитных грузов. В связи с этим, одним из важнейших векторов развития экономики России, Дальнего Востока и, в частности, Приморского можно считать обеспечение непрерывного функционирования системы морских торговых портов.

Важно отметить, что выгодное, с точки зрения протяженности морских границ и удобства размещения морских бухт, географическое положение, не исключает факта существования проблемы отдаленности региона от центра страны. Так, например, необходимость расширения транспортных связей на Дальнем Востоке России подтолкнула к созданию таких крупномасштабных проектов как «Приморье-1» и «Приморье-2». Транзитный потенциал обоих коридоров позволяет повысить конкурентоспособность российских портов на рынке международных перевозок [1].

Однако, обеспечения бесперебойного грузопотока невозможно добиться без синергии нескольких видов транспортных систем. Тенденция к развитию интермодальной перевозки на территории Дальнего Востока может быть обеспечена посредством объединения морского и железнодорожного транспорта в единую логистическую цепь.

Так, Владивостокский морской торговый порт (ВМТП) и Дальневосточная железная дорога (ДВЖД) на протяжении ряда лет ведут совместный поиск путей оптимизации перевозочного процесса, в частности, на основе широкого использования современных информационных технологий [2]. В условиях динамично развивающейся мировой торговли, внедрение проектов по цифровизации и автоматизации логистического, транспортного и экономического секторов становятся не просто инновацией, а необходимостью, что обусловлено как поддержанием конкурентоспособного имиджа страны, так и упрощением, и удешевлением внутренних процессов.

Еще в 2012 году АО «РЖД Логистика» запустил сервис комплексного транспортно-логистического обслуживания (КТЛО), призванного увеличить объемы отгрузки грузов в адрес порта [3]. КТЛО аккумулирует точную и удобную для использования информацию о стадиях обработки грузов, плановых и внеплановых задержках, сроках доставки, привязанных к конкретным географическим, организационным и временным параметрам.

Был утвержден план развития информационного обмена между ВМТП и ДВЖД, в рамках реализации которого стороны обменивались информацией об оформлении погрузки в адрес порта в объеме электронной дорожной ведомости, погрузке контейнеров на вагон, движении вагонов по ЖД РФ, прибытии вагонов с грузом в адрес порта на припортовую станцию [2]. Защита информационного обмена между информационными системами портов и железной дороги обеспечивается развертыванием защищенной сети "Vir-NET", гарантирующей криптографическую защиту данных с выполнением требований целостности, сохранности и обеспечения конфиденциальности [7]. Уже тогда проявилась отдача от взаимного обмена информацией, которая отражалась в производственных показателях как порта, так и станции Владивосток.



На этапе планирования перевозки, помимо оценки погрузки в адрес порта с других дорог, предусматривается возможность прогнозирования подхода к нему вагонов под выгрузку, реализуемого на основе сведений оперативной дорожной базы о состоянии и дислокации вагонов, а также базы заявок на перевозку и статистических хранилищ, созданных для оценки времени движения грузов до пунктов выгрузки.

Очевидно, структурирование и предварительное планирование процесса разгрузки в контейнерных терминалах может в значительной степени ускорить такой процесс. Так, Гибкая Модель портовых и интермодальных транспортных операций или «Agile Port and Intermodal Transport Operations Model», которая включает в себя морской терминал на берегу и интермодальную инфраструктуру на суше, может помочь значительно снизить время, затрачиваемое на разгрузку прибывающих судов [8].

В традиционной модели морского терминала интермодальные контейнеры, снятые с судна, доставляются зоны ожидания, где они могут простоять в течение длительного промежутка времени, ожидая перехода к следующему этапу транспортировки. В чистой гибкой модели порта контейнеры перемещаются с судна на терминальный тягач и сразу на доковый поезд.

Координация деятельности судового оператора, морского терминала и железной дороги – это комплексная работа, требующая, как минимум, двустороннего обмена данными и обеспечения их защиты, обеспечения всех сторон новейшими технологиями и системами, обеспечения своевременной готовности поездов к приему грузов.

Таким образом, при внедрении Гибкой модели управления портами, пропускная способность, и, соответственно, экономический потенциал региона может быть увеличен за счет обработки большего количества контейнеров, избегания длительного этапа хранения контейнеров в терминале порта, обеспечения автоматизированной сортировки контейнеров на поезд в соответствии с их конечным пунктом назначения, недопущения скопления портовой техники при массовой неорганизованной разгрузке грузов.

Мониторинг груза на складах портов и отслеживание грузов в пути – ещё одна сфера, которую начали развивать приморские логистические компании ещё в начале 2000-х годов.

Так, в рамках сотрудничества ДКЖД и ВМТП, была организована передача по электронной почте в регламентном режиме сообщений 7001 и 7003 – информации о дислокации составов на участках Архара – Хабаровск и Хабаровск – Владивосток. Дальневосточная дорога стала получать сообщения о подходе флота и наличии грузов в порту [2].

Технологии отслеживания грузов традиционно разрабатываются на основе технологии GPS, помогающей при помощи спутников в онлайн-режиме отслеживать скорость и местоположение груза, а также предсказывать его направление и предполагаемое время прибытия [4]. Простота использования и относительная дешевизна маячков с такими системами может в значительной степени обезопасить груз, а также помочь логистам в планировании сроков его доставки. На сегодняшний день уже существуют готовые решения, способные покрыть потребности представителей логистической и транспортной сфер. Так, технология AIS изначально использовалась для безопасного движения судов [5]. Сейчас важной задачей такой технологии является также мониторинг коммерческого трафика с целью отслеживания перемещения своих судов транспортными компаниями, возможности контроля заказчиком перевозки морских грузов, а также как вспомогательное средство для государственных служб, следящих за безопасностью прибрежных вод. Также Ряд IT-предприятий, таких как «Oracle», предоставляют облачные инструменты, которые позволяют автоматизировать отслеживание поставки как грузополучателем и отправителем, так и участникам самого процесса. При помощи таких технологий порт может оперативно и в автоматизированном режиме отдавать актуальные данные ЖД и получать такие данные в ответ, тогда процесс разгрузки груза, а также прогнозирования и моделирования прибытия будующих грузов будет значительно упрощен и ускорен.

Автоматизация складов играет не менее важную роль в ключе упрощения и ускорения транспортных процессов. Минимизации человеческого фактора, а также облегчение труда действующих сотрудников и создание безопасного рабочего пространства можно добиться с помощью автоматизированной складской системы хранения товаров (ASRS), которая включает в себя стеллажи и автоматизированные подъёмники [9]. Благодаря стеллажному типу складирования и эксплуатации умных машин

можно собирать, размещать грузы без участия человека. Существующие сегодня решения в области складской робототехники, например, созданные на базе «Boston Dynamics», способны выгружать грузы, строить поддоны и перемещать ящики по складу [10]. Благодаря технологиям машинного обучения и встроенным лидарам, роботы способны обрабатывать сотни единиц паллетов в кратчайшие сроки. Программы складского учета также необходимы для обеспечения бесперебойности внутренних процессов. Например, в России повсеместно используется «ЕКАМ. Учёт». С помощью такой программы размещение грузов происходит не хаотично, а адресно. Сегодня на базе ВМТП активно разрабатывается внутреннее ПО для оптимизации работы сотрудников. Так, браузерное приложение «Докер» позволяет сотрудникам регистрировать выполнение заданий, получает оперативную информацию о новых задачах. Приложение «Тальман» позволяет регистрировать информацию о контейнерах, которые порт принимает и выдает. С помощью «Оператор СТС» осуществляется обработка судов – погрузка и выгрузка. Приложение «Водитель Тягача» показывает, какие контейнеры из какой зоны куда нужно перемещать. Все эти приложения являются мобильными и используются на планшетах на территории порта.

Менеджеры, производители работ, операторы используют стационарную систему «ИСКТ.Стивидор» - она позволяет формировать задания на перемещение контейнеров, контролировать выполнение работ и показатели эффективности.

В 2005 г. на рабочих местах во Владивостокском морском торговом порту была установлена клиентская часть системы ЭТРАН [2]. В результате дальнейшего развития информационного обмена на основе этой системы автоматизируются и упрощаются процессы подачи и согласования грузоотправителем заявки на перевозку, планирование операций погрузки и выгрузки. Наряду с этим предусмотрен электронный обмен данными с автоматизированными системами клиентов и взаимодействие с информационными системами портов. В АСУ припортовой станции из АСУ порта передаются данные о наличии грузов на складах порта. В АСУ порта, в свою очередь, поступает информация о ближайшем подходе грузов к припортовой станции. Использование оперативной и прогнозной информации, предоставляемой работникам станций на автоматизированных рабочих местах, предотвращает ошибки в организации перевозочного процесса и повышает качество управляющих решений. Созданная автоматизированная система обеспечивает необходимой информацией процессы управления в транспортном узле и повышает эффективность работы единых диспетчерских смен [2].

Реализация информационного обмена между Дальневосточной дорогой и портом Владивосток создала предпосылки для перехода на более высокий уровень их взаимодействия – организации работы Владивостокского транспортного узла на основе непрерывного плана-графика.

Однако важно понимать, что большинство описанных технологий основаны, в первую очередь, на готовности обмена данными между сетью существующих морских портов, а также со стороны всех участников процесса транспортировки. Наилучший эффект в сфере развития экономического потенциала Приморского края может быть достигнут путём объединения менеджмента южных портов и создания платформы, с помощью которой можно отслеживать загруженность и состояние терминалов, принимать управленческие решения быстрее. Тем самым, повышается конкурентоспособность портов региона с прочими крупными логистическими операторами АТР в сфере морского транспорта. Крайне важна готовность обмена данными между потенциально конкурирующими компаниями, а также ЖД, морского и авиа – сообщений. Во-первых, объединение усилий сторон может гарантировать нарастание научно-технического потенциала логистического и торгового секторов в ускоренном темпе. Во-вторых, многосторонний обмен данными обеспечит создание большой базы данных, способствующей накоплению знаний и, как следствие, оперативному принятию управленческих решений.

Так, концепция PortCDM предоставляет платформу для обмена данными [6]. Имея различные инструменты, доступные независимо от домена, за счёт использования стандартных механизмов обмена данными, станет возможным создавать доступ к множеству потоков портовой информации. Это позволит повысить эффект синергии как портов Приморского края, улучшить их взаимодействие по всей цепочке транспортировки, так и других Российский и зарубежных портов. Важно также учитывать, что именно электронный документооборот способен обеспечить оперативность обмена данными как внутри порта, так и с внешними стейкхолдерами. Приоритетным направлениям развития должен счи-

таться максимальный переход документооборота в электронный вид, что отмечалось Л. Коршуновой в ходе «Транспортной недели» в марте 2019 года. Для южных портов Приморского края возможно поэтапное внедрение системы PortCDM, или же выделение бюджета на разработку собственной платформы управления. Она может объединять как порты Приморского края, так и все российские порты на Дальнем Востоке и в Восточной Арктике, либо скоординировать Приморский край с «мировыми портами», повышая тем самым синхронизацию морского транспорта в международной торговле.

Также в августе 2020 года представители ВМТП заявили о готовности к внедрению блокчейн-технологий. ВМТП присоединился к платформе TradeLens, которая позволяет оптимизировать перевозку и отслеживание грузов благодаря обмену данными и оцифрованными документами между грузоотправителями, судоходными компаниями, таможенными органами, операторами портов и терминалов. TradeLens позволяет перевозчикам и владельцам грузов не только обмениваться информацией о транзакциях в режиме реального времени, но и пересылать друг другу коммерческие документы. Технология блокчейн помогает сократить время на обработку бумажных документов, позволяя быстрее выписывать накладные на груз, санитарные свидетельства, счета на оплату и другие сопроводительные документы. По словам представителей порта, платформа также позволяет оптимизировать перевозку и отслеживание грузов благодаря обмену данными и оцифрованными документами между грузоотправителями, судоходными компаниями, таможенными органами, операторами портов и терминалов.

Внедренные технологии во Владивостокских портах, в целом, покрывают потребность в обеспечении персонала программным обеспечением для упрощения их работы. Кроме того, представители Приморских портов активно закупают прогрессивное крановое оборудование и средства механизации. Однако, мы видим, что на сегодняшний день еще есть огромный потенциал для развития.

## Список источников

1. Как Приморью заработать на транзите // ВЕДОМОСТИ: [сайт]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2019/09/03/810388-primoryu-zarabotat>
2. Комплексные проблемы транспорта. Логистические технологии работы припортовых станций и портов // Комплексные проблемы транспорта: [сайт]. – URL: <http://www.zeldortrans-journal.narod.ru/publik/problem/2006/jan-06-03-pri.html>
3. АС КТЛО // intellex: [сайт]. – URL: <https://intellex.ru/solutions-services/kompleksnaya-logistika/as-ktlo.html>
4. Першин Д.Ю., Щербаков А.С., Определение местоположения высокой точности для одночастотных приемников спутниковой навигации с использованием инерциальных датчиков / Д.Ю. Першин, А.С. Щербаков // Новосибирский государственный университет, МНСК-2009. - С. 1-16. – Режим доступа: <http://conf.nsc.ru/files/conferences/Lyap-100/fulltext/74643/75486/KinemPPP.pdf>
5. Применение технологии AIS в службах движения судов (VTS) // Связь и радионавигация: [сайт]. – URL: [https://cirspb.ru/blog/info-navigation/st\\_vts/](https://cirspb.ru/blog/info-navigation/st_vts/)
6. PortCDM – information sharing in real time // STM: [сайт]. – URL: <https://www.seatraficmanagement.info/news/portcdm-information-sharing-in-real-time/>
7. Развертывание сети ViPNet с помощью ViPNet Administrator: [сайт]. – URL: <https://docplayer.ru/64800193-Razvertyvanie-seti-vipnet-s-pomoshchyu-vipnet-administrator-rukovodstvo-administratora.html>
8. Beškovnik B., Twrdy E. AGILE PORT AND INTERMODAL TRANSPORT OPERATIONS MODEL TO SECURE LEAN SUPPLY CHAINS CONCEPT. – 2011. – 112 с.– Режим доступа: URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Agile-Port-and-Intermodal-Transport-Operations-to-Be%20A1kovnik-Twrdy/ad853627ba6fec91a36b79a9a4abf4d2df5f7dc>
9. Автоматизированные складские системы: виды, преимущества, особенности и сферы применения // ЕКАМ онлайн чеки: [сайт]. – URL: <https://www.ekam.ru/>
10. Boston Dynamics представила робота для складов // N+1: [сайт]. – URL: <https://nplus1.ru/news/2021/03/29/boston-dynamics-stretch>

УДК 339

# ИНТЕГРАЦИЯ ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕГАЗОВЫМИ КОМПАНИЯМИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ

ВОРОБЬЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА,

д. э. н., доцент

ПШЕНИЧНАЯ ВЕРОНИКА ВЛАДИМИРОВНА,

БУЛГАКОВА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»

**Аннотация:** В данной статье проанализированы модели управления России и Китая, проведена их сравнительная характеристика, а также предложена общая модель интеграции опыта управления нефтегазовыми компаниями на международном рынке. Был проанализирован характер современных российско-китайских отношений в нефтяной отрасли, а также перспективы и угрозы их развития. Сфера энергетики оказывает огромное влияние как на политическую мировую арену, так и на двухсторонние связи Китая и России. Нефть и газ всегда являлись ключевыми факторами в развитии экономики как России, так и Китая, поэтому развитие отношений перспективно и взаимовыгодно и для нас, и для наших китайских партнеров.

**Ключевые слова:** управление, менеджмент, нефтегазовая отрасль, компания, структура организации, мотивация, координация, контроль, интеграция.

## INTEGRATION OF EXPERIENCE IN MANAGING OIL AND GAS COMPANIES BETWEEN RUSSIA AND CHINA

Vorobyova Olga Vladimirovna,  
Pshenichnaya Veronika Vladimirovna,  
Bulgakova Irina Sergeevna

**Abstract:** In this article management models of Russia and China are analyzed, their comparative characteristics are carried out, and a general model of integration of management experience of oil and gas companies in the international market is proposed. The nature of modern Russian-Chinese relations in the oil industry, as well as the prospects and threats of their development were analyzed. The energy sector has a huge impact both on the political world arena and on bilateral relations between China and Russia. Oil and gas have always been key factors in the economic development of both Russia and China, so the development of relations is promising and mutually beneficial for both us and our Chinese partners.

**Key words:** administration, management, oil and gas industry, company, organization structure, motivation, coordination, control, integration.

Современные внешнеполитические отношения Китая и России характеризуются все нарастающими темпами сотрудничества во всех областях. И нефтегазовая сфера, которая играет важную роль в нынешних процессах дезинтеграции и деглобализации, а также в формировании новых парадигм взаи-

модействия между странами, не является исключением.

Энергетический и экономический кризисы первых десятилетий XXI века, выступившие факторами снижения инвестиционной деятельности и уровня потребления нефти и газа, оказали существенное влияние на Россию, чей нефтегазовый сектор значительно вовлечен в мировую экономическую деятельность. Это не только привело к снижению цен на продукты нефтегазовой промышленности и недоплату прямого иностранного финансирования, но и подчеркнуло острую необходимость развития долгосрочных и прочных отношений с другими странами. Китай, ввиду политических, исторических и социальных предпосылок, а также благодаря удобному пограничному расположению, является наиболее перспективным партнером для России. Поэтому анализ перспектив развития российско-китайского сотрудничества в нефтегазовой сфере является особо актуальным в настоящее время [1, с. 123].

Однако стоит учитывать, что оба государства имеют свои специфические особенности ведения бизнеса, а также управления организациями. Важную роль играет модель менеджмента, которая формирует всю организацию управления предприятием.

Итак, модель менеджмента представляет собой совокупность принципов и стратегий управления, которая сложилась в связи с определенными особенностями национальных, исторических, социальных и культурных факторов той или иной страны [2, с. 230].

Ф. Тейлор утверждал, что «модель управления – это не изобретение, а эволюция». Модель управления формируется не только годами, десятилетиями, но и даже веками. Она не должна быть просто «чужеродной», ее необходимо адаптировать под национальные аспекты страны, в которой данная модель используется. Именно такая адаптированная «родная» модель может привести менеджеров предприятий того или иного государства к успеху в хозяйственной деятельности.

Стоит понимать, что каждая модель претерпевает изменения на протяжении всего времени существования предпринимательства в государстве. Ведь общество динамично, оно никогда не стоит на месте, а значит меняются и его культурные, социально-психологические и национальные особенности [3, с. 98].

Рассмотрим особенности моделей управления нефтегазовыми компаниями России и Китая.

По мнению ряда исследований, российская модель управления все еще находится на этапе становления и пытается интегрировать в себе что-то схожее на японскую и американскую модели менеджмента, то есть выбрать что-то наиболее приемлемое и подходящее из этих систем [4, с. 182; 3, с. 98].

К основным особенностям менеджмента нефтегазовых компаний в России относят:

- четкую структуру управления и контроля для организации работы сотрудников всех уровней менеджмента;
- применение индивидуального процесса принятия решений, чтобы работники ощущали дозволенные им независимость и свободу в деятельности предприятия;
- широкое распространение делегирования полномочий, позволяющее работникам показать свои способности;
- продвижение по службе, которое основано на индивидуальных достижениях работника (карьерный рост);
- осуществление найма в соответствии с деловыми качествами работника;
- тесная взаимосвязь размера заработной платы и индивидуальных результатов (производительности) каждого сотрудника [2, с. 230].

Основной целью политики управления персонала энергосбытовых предприятий РФ является получение максимальной отдачи инноваций в персонал через построенную систему, которая обеспечивает:

- стимулирование каждого работника к достижению общей цели организации;
- справедливое вознаграждение по результатам труда и поощрение за перевыполненную работу каждого отдельного работника [4, с. 182].

Можно сделать вывод, что такая модель достаточно эффективна для энергосбытовых предприятий. Однако, как показала современная практика, существуют определенные сложности, из-за которых организации работают себе в убыток из-за низкой производительности.

Так, в современной социально-экономической и политической ситуации, с учетом динамики со-

временного международного рынка энергоносителей, в которых в настоящее время находится большинство российских и китайских предприятий нефтегазовой отрасли, важно и необходимо уделять внимание развитию человеческих ресурсов и приумножению интеллектуального капитала. Именно кадры и их потенциал позволят организации выйти из сложившейся ситуации и сохранить конкурентные позиции на рынке. Как раз таким опытом управления обладают менеджеры Китая.

Китайская модель менеджмента призвана обеспечивать рост эффективности, основываясь на развитии долгосрочных отношений.

К числу существенных отличий китайской модели управления относят китайскую концепцию деловых отношений, которая называется *guanxi* («гу-аньси»), что означает «хорошие связи». Традиционные постулаты предполагают распределение ресурсов через «хорошие отношения», или «личные контакты»: руководство различных компаний поддерживает хорошие отношения с управляющими других фирм, а также с государственными чиновниками, чтобы обеспечить себе снабжение ресурсами (такими, как вода, электричество и т. д.), а также поставку деталей и сырья.

Доминирующими в китайском бизнесе являются «семейные предприятия». Специализация таких предприятий заключается в изготовлении одного вида товара или в осуществлении достаточно узкого спектра услуг, которые далее переходят в более широкую сеть «семейных предприятий». Ярким примером является компания Petro China, которая начинала свою деятельность как дочернее подразделение китайской государственной CNPC. Сейчас Petro China является крупной нефтегазовой компании, которая владеет рядом филиалов и дочерних компаний. Основными подразделениями деятельности Petro China являются геологоразведка и добыча, переработка нефти, нефтепродуктов, нефтехимия, маркетинг, а также добыча природного газа и строительство трубопроводов [5, с. 228].

Деятельность компаний строится на коллективной ответственности. Это подразумевает, что работники предприятий несут коллективную ответственность за свою деятельность. В Китае сотрудники отвечают за действия всего подразделения совместно. Если один работник привнес большие результаты в деятельность компании, то награждаются сотрудники всего подразделения. Аналогично происходит при штрафах за невыполнение поставленных норм. В практике управления на предприятиях российской нефтегазовой промышленности используется такая же модель коллективной ответственности за результаты.

Важно отметить, что в Китае принят патерналистский стиль управления. При таком стиле, владелец играет роль патриарха, а подчиненные – его детей. Таким образом в организации возникает модель власти, основанная на старшинстве. Владелец ожидает от подчиненных лояльности и послушания.

Преимуществом такого подхода является то, что команда отвечает взаимностью, она открыта к любой работе, ее не ограничивают рамки, в организации снижена стрессовая обстановка. Руководитель от такого стиля управления только выигрывает, ведь весь ресурс работника направлен на работу, а не бюрократию и отстаивание интересов. Однако в компаниях с таким типом управления коллектив часто не меняется годами. Недостаток патерналистского подхода управления состоит в том, что руководители проявляют излишнюю мягкость, стараясь до последнего мотивировать сотрудников воодушевляющими беседами и поиском стимулирования к работе. Иногда промедления могут стоить компании не только прибыли, но и самого существования, ведь предприятие с «мягкотелым» начальником быстро «задавят» другие компании [6, с. 81].

Таким образом, можно выделить сравнительную характеристику моделей управления России и Китая (табл. 1).

Несмотря на существующие отличия в моделях управления нефтегазовыми компаниями между Россией и Китаем, экономические и политические связи между странами постепенно усиливаются. Это ведет к обмену опытом управления, что является основой интеграции системы менеджмента в РФ и КНР.

Для большей наглядности целесообразным является рассмотрение особенностей управления в результате объединения двух моделей менеджмента.

**Таблица 1**  
**Сравнительная характеристика моделей управления в нефтегазовой промышленности РФ и КНР**

Критерии для сравнения	Российский подход	Китайский подход
Основа организации	быстрая эффективность	долгосрочная эффективность
Ответственность	коллективная	коллективная
Отношение к работе сотрудников	главное – реализация проекта в установленные сроки	главное – практический результат от деятельности
Конкуренция	средняя	средняя
Делегирование полномочий	применяется часто	практически не применяется
Отношение с подчиненными	неформальное (в компанию принимают как в семью)	неформальное (компания как семья)
Оплата труда	по индивидуальным и коллективным достижениям	по коллективным достижениям
Структура управления	жесткая, формальная	мягкая, гибкая
Найм	Долгосрочный (пожизненный найм с возможностью дальнейшего обучения)	долгосрочный (с возможностью дальнейшего обучения)
Идеал менеджера	лидер, сильная личность, отец большой семьи	координатор, отец большой семьи
Преобладающие цели	стратегические	стратегические

Как показывает практика, большинство российско-китайских предприятий, базирующихся на территории Китая, на должность генерального директора, то есть главного звена управления, предпочитают выбирать гражданина КНР, а для бизнеса на территории России – гражданина РФ. Это обусловлено тем, что каждый из них более глубоко знаком с особенностями своей страны и, соответственно, способен взглянуть на определенную ситуацию, требующую управленческого решения, с точки зрения имеющегося опыта [5, с. 228].

Главное требование, которое выдвигается китайскими менеджерами – это верность компании, жесткие рамки субординации и почитание восточной корпоративной культуры. Российские руководители легко адаптируются к таким условиям работы китайских коллег, поддерживают необходимую для них социальную дистанцию, соблюдают принципы интеллигентности. В соответствии с этим, китайские работники поддерживают принцип индивидуализма российских сотрудников, а также выражают взаимное уважение к коллегам [7, с. 4].

При решении каких-либо управленческих вопросов китайцы предпочитают тщательное, долгое и взвешенное решение. Вместе с российскими коллегами они не против работать круглыми сутками, порой работая сверхурочно. Однако национальные праздники для них считаются обязательным временем, свободным от работы, как и выходные, – в такие дни они не решают рабочие вопросы и не принимают рабочие телефонные звонки. Для этого российским сотрудникам приходится заблаговременно обсуждать интересные вопросы, несмотря на то, что в российском бизнесе считается нормальным – работать по выходным или отвечать на вызовы руководителей по праздникам.

Таким образом, несмотря на существующие разногласия в системе управления нефтегазовыми компаниями между Россией и Китаем, интеграция моделей менеджмента приводит к усовершенствованию управленческого сектора экономики обеих стран. Национальные особенности ведения бизнеса РФ и КНР играют огромную роль в процессе подготовки системы управления компанией, однако они достаточно гибкие и легко адаптируются в новых условиях экономического развития.

Сейчас, в условиях сильного санкционного давления, российские нефтегазовые компании испытывают определенные трудности. Однако это привело и к новым возможностям – уход западных компаний обусловил поиск новых партнеров со стороны Востока. Китай уже давно является могущественным и проверенным партнером России, а новые возможности развития нефтегазового сектора позво-

лят еще больше усилить экономические и политические отношения. Совместные проекты РФ и КНР не только обеспечат внешнеэкономическую базу для обеих стран, но и позволит интегрировать опыт ведения бизнеса в нефтегазовой отрасли, что обеспечит рост управленческой структуры стран.

#### Список источников

1. Ван Вэнь Да. Будущее Китая и России в нефтегазовом секторе // Наука, техника и образование: Политологические науки, Иваново. – № 4 (87). – 2022. – С. 123-126.
2. Магзумова Н.В., Пшеничная В.В., Писарев А.А. Особенности формирования системы управления предприятиями электросбытовой отрасли // В сборнике: Цифровая экономика: перспективы развития и совершенствования. Сборник научных статей 3-й Международной научно-практической конференции, Курск. – 2022. – С. 230-235.
3. Воробьева О.В., Воробьева Л.Е. Истоки и смысл менеджмента в России // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 9. С. 98 — 101.
4. Судоплатова З. Р. Управление рисками в нефтегазовых компаниях России и зарубежных стран // Международный журнал гуманитарных и естественных наук: Экономика и бизнес, Новосибирск. - № 8 – 3. – 2022. – С. 182-187.
5. Филатов В.В., Беспалов В.В., Полянская О.А., Токарева М.В. Сравнительный анализ российской и китайской модели менеджмента // Журнал прикладных исследований: Экономика и бизнес, Вологда. – № 9 (2). – 2022. – С. 228-232.
6. А.Л. Слободской. Социальный маркетинг наемного труда в современных условиях // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований: Экономика и бизнес, Санкт-Петербург. – № 2. – 2021. – С. 81-85.
7. Беланова В.Д. Опыт Китая в организации системы менеджмента по трансформации экономической модели к циркулярной // Бизнес-образование в экономике знаний: Экономика и бизнес, Иркутск. – № 3 (20). – 2021. – С. 4-8.



# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.1

# ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

**МАТЮХИН АЛЕКСЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ,**

аспирант 1 курса АНО ВО «Российский Новый Университет»;  
государственный таможенный инспектор отдела работы с акцизными марками (ГТИ ОПАМ)  
Центральной акцизной таможни

**РУСТАМОВА ИРАДА ТАЛЯТОВНА**

к.п.н, доцент, заведующая кафедрой таможенного дела  
АНО ВО «Российский Новый Университет»  
г. Москва, РФ

**Аннотация:** одной из самых обсуждаемых тем в 2022 году стала легализация параллельного импорта. Учитывая сложившиеся геополитические отношения и введение экономических санкций, необходимо рассмотреть перспективы использования параллельного импорта. В статье автором рассмотрены нормативно-правовые акты, закрепляющие законный статус параллельного импорта, а также проанализированы преимущества и недостатки легализации параллельного импорта в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** параллельный импорт, легализация параллельного импорта, экономические санкции, логистика, товарооборот.

## ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF PARALLEL IMPORTS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS

**Matyukhin Alexey Alekseevich,  
Rustamova Irada Talyatovna**

**Abstract:** One of the most discussed topics in 2022 was the legalization of parallel imports. Given the current geopolitical relations and the introduction of economic sanctions, it is necessary to consider the prospects of using parallel imports. In the article, the author examines the regulatory legal acts that consolidate the legal status of parallel imports, and analyzes the advantages and disadvantages of legalizing parallel imports in the Russian Federation.

**Key words:** parallel imports, legalization of parallel imports, economic sanctions, logistics, trade turnover.

В условиях санкций, выдвинутых РФ весной 2022, параллельный импорт стал одной из актуальных и действенных форм внешнеторговой деятельности. Параллельный импорт (серый импорт) представляет собой ввоз в страну, не предназначенную для его распространения, оригинальных товаров, маркированных товарным знаком не дистрибьюторами, а иными лицами, без согласия правообладателя.

Постановлением Правительства РФ от 29.03.2022 №506 [1] параллельный импорт был официально разрешен в отношении ряда продукции для снижения последствий и ущерба в связи с уходом с национального рынка иностранных компаний. В перечень товаров вошло более 50 групп товаров более 200 брендов. Перечень постоянно корректируется в зависимости от ситуации на национальном рынке. Так, например, в ноябре 2022 года в соответствии с Приказом Минпроторга РФ от 21.10.2022 №4456 [2]

перечень товаров, разрешенных для параллельного импорта дополнили многие бренды игрушек, игр и спортивного инвентаря, среди которых Adidas, Disney, Marvel, а в марте 2023 года в соответствии с Приказом Минпроторга РФ от 02.03.2023 №684 [3] в перечень товаров добавлены некоторые товары ИКЕА, а также производители игрушек и детских товаров Hasbro, Logitech и Nintendo.

Параллельный импорт - это сложное явление, которое затрагивает политическую, экономическую и правовую сферы. Как и любое экономическое явление, параллельный импорт имеет свои преимущества и недостатки. Однако, прежде чем выделять преимущества и недостатки параллельного импорта, необходимо понять, как работает данная схема.

Схема параллельного импорта означает ввоз продукции под товарным знаком в страну, в которую правообладатель запретил импорт данной продукции. Можно сказать, что поставка товаров происходит в обход прямых поставок, параллельно. При прямой поставке товаров производители продают свою продукцию дистрибьюторам, который организует поставки товаров до ритейлеров либо конечных покупателей. При параллельном импорте ритейлеры закупают товары у зарубежных компаний, которые закупают товар у производителя для последующей перепродажи. Поэтому товары, ввезенные по параллельному импорту, могут поступать как из страны производителя, так и через третьи страны. Однако стоимость продукции значительно увеличивается за счет посредников и логистических затрат, в связи с тем, что маршруты товарооборота меняются.

Считать параллельный импорт незаконным нельзя, так как международный режим исчерпания права позволяет продажу товаров без разрешения правообладателя при условии, что первый поставщик приобрел товар с разрешения бренда и имеет все соответствующие документы. [4, с. 120]

Параллельный импорт обусловлен феноменом исчерпания прав на объекты интеллектуальной собственности, согласно которому правообладатель теряет контроль над распространением своей продукции, после того как она была реализована на рынке.

Принято выделять три разновидности принципа исчерпания исключительных прав, такие как международный, когда исключительное право считается исчерпанным после реализации товара на рынке любой страны, региональный, когда право исчерпывается после реализации товара в одном из государств соответствующего региона, границы которого определяются международным соглашением, и национальный, когда исключительное право считается исчерпанным после реализации продукции на рынке конкретной страны.

Вместе с тем на зарубежные компании-правообладатели, попавшие в список групп товаров параллельного импорта, распространяется международный режим исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности, согласно которому такое право признается исчерпанным, если продукт, содержащий охраняемый результат интеллектуальной деятельности, введен в оборот законным образом на территориях стран, которые обеспечивают их правовую охрану. [5, с. 155]

В данном случае, разрешение правообладателя при перемещении таких товаров не требуется, потому что продукцию можно продавать дальше без разрешения правообладателя после первой покупки, так как товары, поставленные параллельным импортом, имеют все лицензии и сертификаты качества, что несомненно является одним из преимуществ использования параллельного импорта.

Кроме того, параллельный импорт помогает избежать дефицита зарубежных товаров брендов, которые прекратили прямые поставки своей продукции в РФ из-за экономических и торговых санкций. Это несомненно сказывается и на ассортименте поставляемой продукции на национальный рынок РФ, которая значительно расширяется с использованием параллельного импорта. Так, российские ритейлеры из-за дефицита иностранных брендов начали расширять ассортимент за счет производителей из Узбекистана. [6, с. 42]

В связи с введением санкций товарооборот с западными странами значительно упал, однако, благодаря параллельному импорту и изменению логистики поставок товаров, увеличился товарооборот с дружественными странами. Основными торгово-экономическими партнерами России в 2022 году были такие страны, как Китай, Индия, Объединенные Арабские Эмираты, Турция и другие. Так, например, товарооборот с Китаем достиг \$190 млрд. в 2022 году, увеличившись на 29% по сравнению с предыдущим годом, с Индией увеличился почти в 2,5 раза и составил на конец 2022 года более \$30

млрд., а товарооборот Турции и России в 2022 году составил более \$60 млрд., увеличившись на 83% по сравнению с предыдущим годом.

Еще одним преимуществом является то, что в связи с санкционным влиянием стран Запада и различных трудностей для предпринимателей, важным является то, что малый бизнес сможет ввозить в страну небольшие партии и поставлять их более крупным предпринимателям, так как крупным компаниям невыгодно ввозить небольшое количество товарных партий, а малые и средние предпринимательства могут это делать без ущерба для своей деятельности. [7, с. 237]

Одной из проблем, связанной с использованием параллельного импорта является увеличение контрафактных товаров на рынке. Контрафакт или контрафактная продукция - это любой продукт или товар, созданный на основе существующего оригинала, который нарушает интеллектуальные права человека. Контрафактная продукция опасна использованием некачественных материалов для ее изготовления, что может в последствии нанести ущерб здоровью и жизни потребителей.

Таможенные органы - правоохранительная структура, обеспечивающая защиту российского рынка от контрафактной продукции. В ведении таможенных органов существует эффективный инструмент, позволяющий на этапе декларирования товаров определить контрафактный товар от оригинального, - таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС). Благодаря ТРОИС, таможенные органы за первые 6 месяцев 2022 года выявили более 5 млн. единиц контрафактной продукции и предотвратили ущерб правообладателям на сумму 1,3 млрд. рублей.

В Южном таможенном управлении за 2022 год было выявлено более 4,6 млн. единиц контрафактных товаров, что почти втрое превышает значение по сравнению с 2021 годом (1,6 млн. единиц контрафактных товаров). Чаще всего, контрафактными товарами являлись спортивные бренды «Nike», «Adidas» и «Reebok», а также была выявлена крупная партия поддельных батареек «Duracell». [8]

На конец 2022 года таможи Сибирского таможенного управления выявили 272 тыс. единиц контрафактной продукции и предотвратили ущерб правообладателям на сумму более 234 млн рублей. Основными группами таких товаров, задержанных таможенными органами, были табачные и кондитерские изделия, предметы одежды и обуви. Так, например, одной из крупнейших партий контрафактных товаров были табачные изделия, маркированных товарным знаком «Marlboro». [9]

Увеличение цены на товар в связи с изменением логистической цепочки – еще одна проблема, возникающая при параллельном импорте. Из-за этого существенно сокращаются объемы поставок товаров, что повлияет на дефицит определенного вида продукции, а также на сроке доставки товаров и ценовую политику в странах ввоза и вывоза.

Так, например, импортеры из Китая столкнулись с проблемой, которая возникает при экспорте товара в РФ: правообладатели не дают разрешение на вывоз продукции из Китая, и поэтому китайские экспортеры не хотят рисковать конфискацией продукции. [10] В связи с этим, образуются специализированные логистические компании, которые стараются избежать данной проблемы и оптимизируют расходы. Доставка товара осуществляется не на прямую из Китая в РФ, а через-страны посредники такие как Казахстан либо Белоруссия, входящие в состав Евразийского экономического союза. Благодаря общему таможенному законодательству, это иногда позволяет немного сэкономить на таможенных платежах, которые непосредственно влияют на конечную стоимость продукции, однако маршрут доставки товара увеличивается, что в свою очередь сказывается на сроке поставки, который может достигать от 2 месяцев и более.

#### **Список источников**

1. Постановление Правительства РФ от 29.03.2022 №506 «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.alta.ru/tamdoc/22ps0506/>

2. Приказ Минпромторга России от 21.10.2022 №4456 «О внесении изменений в перечень товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения подпункта 6 статьи 1359 и статьи 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории Российской Федерации правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия, утвержденный приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 19.04.2022 №1532» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.alt.ru/tamdoc/22a04456/>
3. Приказ Минпромторга России от 02.03.2023 № 684 «О внесении изменений в перечень товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения подпункта 6 статьи 1359 и статьи 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории Российской Федерации правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия, утвержденный приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 19.04.2022 №1532» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.alt.ru/tamdoc/23a00684/>
4. Демченкова С. А., Крыгина И. Е., Сырова Е. И. «О рисках в схеме параллельного импорта» // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – С. 120-123. – DOI: 10.24412/2411-0450-2022-12-1-120-123
5. Григорьева О. Г. «Легализация параллельного импорта как юридическое средство обеспечения национальных интересов России в условиях санкционных ограничений» // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2023. – С. 150-155. – DOI: 10.24412/2227-7315-2023-1-150-155.
6. Кошелева О. Э., Воробьева М. Д. «Параллельный импорт в качестве антисанкционной меры» // Бюллетень инновационных технологий. – Т.7. – №1. – 2023. – С. 39-44.
7. Цемержинская А. В., Свистунова М. А., Вишняков И. А., Ахмедзянов Р. Р. «Параллельный импорт в современных условиях» // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – С. 236-238. – DOI: 10.24412/2411-0450-2022-12-2-236-238.
8. «Южное таможенное управление: в 2022 году выявлено 4,6 млн единиц контрафактной продукции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.alt.ru/ufo\\_news/97497/](https://www.alt.ru/ufo_news/97497/)
9. «Среди «лидеров» контрафакта – сигареты, одежда и сладости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.alt.ru/sfo\\_news/97984/](https://www.alt.ru/sfo_news/97984/)
10. «Эксперты по ВЭД – о проблемах параллельного импорта и новых челноках» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://nsk.rbc.ru/nsk/11/07/2022/62cb92f89a79470d5bc21a30>

УДК 332

# КЛАСТЕРНОЕ РАЗВИТИЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

**КОСТЕНКО ЕЛЕНА ИГОРЕВНА,**

старший преподаватель

**СОКОЛОВА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА**

студент

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

**Аннотация:** Данная статья посвящена оценке кластерного развития Белгородской области. В ней установлена значимость кластерного развития в формировании конкурентоспособности региона, а также рассмотрены основные модели формирования и функционирования территориальных кластеров в Белгородской области.

**Ключевые слова:** кластерное развитие, хозяйствующие субъекты, конкурентоспособность региона, территориальные кластеры, динамика развития.

## CLUSTER DEVELOPMENT OF THE BELGOROD REGION

**Kostenko Elena Igorevna,  
Sokolova Anastasia Evgenievna**

**Abstract:** This article is devoted to the assessment of the cluster development of the Belgorod region. It establishes the importance of cluster development in the formation of the competitiveness of the region, and considers the main models of the formation and functioning of territorial clusters in the Belgorod region.

**Key words:** cluster development, economic entities, competitiveness of the region, territorial clusters, dynamics of development.

На современном этапе кластерное развитие является новым подходом к формированию и развитию региональных инновационных систем. Именно кластеры относятся к наиболее важным составляющим элементам, которые помогают в функционировании и разработке инновационных систем в регионах.

Кластерные технологии в настоящее время являются значимыми для роста конкуренции региона. Кластеры выступают как действенные инструменты для увеличения экономического развития территории, а также помогают внедрять новые технологии, которые повышают конкурентоспособность территории [1. с.100]

В Белгородской области развитие кластерных технологий началось с 2013 года. Был создан центр кластерного развития, который является подразделением Белгородского регионального ресурсного инновационного центра. Он реализован в целях поддержки малого и среднего бизнеса, что благоприятно сказывается на развитии всех сфер жизнедеятельности региона.

На данный момент в области функционируют следующие кластеры: горно-металлургический, птицеводческий, свиноводческий, молочное животноводство, строительный, туристско-рекреационный, транспортно-логистический, биофармацевтический. Данные кластеры направлены на развитие региона [2].

Рассмотрим показатели, которые характеризуют развитие и конкурентоспособность Белгородской области за счет действующих кластеров по состоянию на 20.03.2023 г. (табл. 1)

Таблица 1

### Количественный анализ конкурентной устойчивости кластеров Белгородской области по состоянию на 20.03.2023 г.

Показатели	Наименование кластера							
	Горно-металлургический	Птицеводческий	Свиноводческий	Молочное животноводство	Строительный	Туристско-рекреационный	Транспортно-логистический	Биофармацевтический
Коэффициент локализации	2,2	16,4	14,1	20,1	2,0	1,9	1,3	1,0
Коэффициент душевного производства	6,9	15,9	14,1	13,9	1,6	1,5	1,1	0,9
Коэффициент специализации	2,7	26,7	24,1	13,4	1,9	1,8	1,2	1,1

Проанализировав таблицу 1, можно заметить, что в Белгородской области наибольшее развитие имеют следующие кластеры: птицеводческий, свиноводческий, молочное животноводство. Белгородская область характеризуется активным развитием пищевой отрасли, поэтому данные кластеры также имеют высокий потенциал к экономическому росту. Данная территория является лидером по производству мясных продуктов. Регион активно развивает производство скота и птицы на убой, что в свою очередь способствует экономическому росту в области [3].

На долю предприятий в Белгородской области приходится 12,7% общероссийских продаж птицы и мяса. Три предприятия Белгородской области входят в список лидеров по производству мяса и птицы (ООО «Мираторг», ООО «Приосколье», ООО «Белгранскорм»), предприятия ООО «Приосколье» и ООО «Белгранскорм» являются лидерами и занимают верхние строчки данного списка.

Остальные кластеры не так активно развиты в Белгородской области, однако они оказывают немалый вклад в развитие всего региона. Горно-металлургический кластер способствует развитию машиностроения в регионе, а также созданию информационных и инновационных технологий для повышения качества продуктов. Строительный кластер направлен на реализацию благоприятных условий для улучшения качества жизни населения. Туристско-рекреационный кластер ориентирован на сохранение и улучшение культурного и природного потенциала области, а также способствует удовлетворению потребностей в туристических услугах как для российских, так и для зарубежных граждан. Транспортно-логистический кластер специализируется на расширении внутреннего производства транспорта с использованием тех мощностей, которые уже имеются в регионе. Биофармацевтический кластер помогает Белгородской области в формировании концепции национальной безопасности в сфере инновационной и высокоэффективной биофармацевтической продукции.

Рассмотрим динамику производственной отдачи в исследуемых отраслях Белгородской области за 2017-2022 годы. (табл. 2)

Таблица 2

### Динамика производственной отдачи в исследуемых отраслях Белгородской области за 2017-2022 годы

Наименование показателей	Прирост показателей, %					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Индекс промышленного производства по добыче полезных ископаемых	2,9	1,8	-5	-12,8	14,6	8,8
Индекс промышленного производства в части обрабатывающих производств	4,1	5,3	14,0	10,4	7,1	4,2
Выпуск сельскохозяйственной продукции	10,0	9,3	29,6	10	1,2	28,4

Из таблицы 2 можно заметить, что такие отрасли, как пищевая промышленность и сельское хозяйство имеют наибольший потенциал для развития кластеров в данных областях. Белгородская область имеет плодородные почвы и благоприятный климат для выращивания зерновых и кормовых культур, что способствует разведению птиц, свиней, крупного рогатого скота. Наш регион занимает первое место по производству мяса свиней и птиц. Таким образом, развитие кластеров в данных отраслях является наиболее перспективным [4].

В долгосрочном периоде Белгородская область планирует развивать кластеры в таких направлениях, как нанотехнологии, биотехнологии, ресурсосберегающие технологии, что позволит сформировать новые взаимосвязи и вывести регион на новый уровень производственного развития.

Таким образом, на территории Белгородской области активно создаются и развиваются регионально-производственные кластеры. Наиболее перспективными для развития являются кластеры биотехнологий и нанотехнологий. Формирование и развитие кластеров содействует стремительному развитию региона. Кластеры, находящиеся в Белгородской области, направлены на модернизацию основных сфер экономики, помогают в формировании высокотехнологичных отраслей, что способствует расширению позиций региона на мировых рынках.

#### **Список источников**

1. Горбунова Е.И. Роль создания кластера в повышении эффективности использования денежных средств в сфере здравоохранения // *Фундаментальные исследования*. - 2021. - № 12 (1). - С. 99-104.
2. Постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. № 27-пп «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года» // *Официальный сайт губернатора и Правительства Белгородской области*. – [Электронный ресурс]. URL: [http://www.belregion.ru/stat\\_ser](http://www.belregion.ru/stat_ser) (дата обращения 26.02.2023).
3. О проекте перечня пилотных программ развития инновационных территориальных кластеров // *Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации*. – [Электронный ресурс]. URL: [http://www.economy.gov.ru/minec/activity/section/innovations/politic/doc20120619\\_03](http://www.economy.gov.ru/minec/activity/section/innovations/politic/doc20120619_03) (дата обращения 26.02.2023).
4. Устав Ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Ассоциация инновационных регионов» от 23 сентября 2010 года // *Официальный сайт АИРР*. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.i-region.org/assosiation/documents/> (дата обращения 26.02.2023).

© Е.И. Костенко, А.Е. Соколова, 2023



УДК 069.01

# МЕРЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТАСТАН

**КЛИМОВА ЯНА ВИКТОРОВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

*Научный руководитель: Алексушин Глеб Владимирович**д.и.н., профессор,**ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»*

**Аннотация:** в статье изучены меры, принятые для развития туризма в республике и планирующиеся в будущем. Проанализирована существующая туристско-рекреационная база республики. Сделаны выводы о том, какие пути укрепления туризма принесут наибольшую эффективность.

**Ключевые слова:** проектирование, туризм, рекреация, бизнес, меры, эффективность, ресурсы.

## MEASURES AIMED AT THE DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

**Klimova Yana Viktorovna***Scientific adviser: Aleksushin Gleb Vladimirovich*

**Abstract:** This article examines the measures already taken for the development of tourism in the republic and planned in the future. The existing tourist and recreational base of the republic is analyzed. Conclusions are drawn about which ways to strengthen tourism will bring the greatest efficiency.

**Key words:** design, tourism, recreation, business, measures, efficiency, resources.

Башкортостан является автономной республикой и имеет высокий потенциал для развития туристско-рекреационной деятельности, так как обладает разнообразием природных ландшафтов, здесь имеется достаточное количество историко-культурных ресурсов, а также водных (озер и водохранилищ).

В ходе данного исследования, мы ставим перед собой следующие задачи:

- 1) Проанализировать экономику республики, ресурсы, которые используются в туристско-рекреационном кластере, а также те ресурсы, которые могут быть использованы потенциально;
- 2) Проанализировать эффективность мер, принятых правительством для развития туризма в республике;
- 3) Рассмотреть виды туризма, развивающиеся в Башкортостане;
- 4) Выявить проблемы, которые мешают развитию туризма и предложить пути решения.

Экономика республики является многоотраслевой: здесь развивается строительство, нефтепереработка, сельское хозяйство, финансы и торговля. Туризм также играет в экономике немаловажную роль: суммарный объем основных видов платных услуг в сфере туризма превысил в 2022 году 12 миллиардов рублей, что соответствует примерно 1 % валового продукта Башкортостана [1].

Среди ключевых факторов, определяющих развитие туризма в республике выделяют значительное количество природных достопримечательностей и историко-культурное наследие. На природных озёрах и искусственных водохранилищах действуют туристические базы и санатории [2].

Инфраструктура средств размещения представлена санаториями и гостиницами. Санатории здесь обладают ценными природными ресурсами (грязи, минеральные воды) и уникальными способами лечения (например, иппотерапия). Также гостиничный фонд насчитывает 106 отелей. Среднегодовой уровень загрузки средств размещения составляет 60—70 % [3].

Что касается природных ресурсов, которые могут быть использованы для развития туризма, это могут быть водопады (Атыш, Шарамы, Гадельша). За счет богатства природного мира вокруг они могут быть интересны туристам, как летом, так и зимой.

Для устойчивого развития туризма, необходимы эффективные правительственные меры, направленные на развитие туристско-рекреационного кластера. Так, в 2022 году в целях стимулирования развития туристической отрасли в Республике Башкортостан было принято решение о выделении дополнительных средств на финансирование этой сферы в объеме более 31,5 млн рублей [3].

Бюджетные ассигнования предназначены для строительства трех многофункциональных визит-центров в разных частях города Уфы, а также приобретение туристического микроавтобуса. В данных информационных центрах туристы смогут больше узнать о различных экскурсиях, а также распланировать путешествие [4].

На республиканском уровне предусмотрен механизм приоритетных инвестиционных проектов в части снижения порога объема инвестиций со 100 до 10 млн. рублей, распространяющийся на проекты в сфере туризма.

Для эффективного функционирования гостиничного сектора индустрии туризма требуется не только качество предоставляемых услуг и увеличение количества средств размещения, но и динамично растущего турпотока к местам расположения турбаз, глэмпингов и отелей, которые постоянно строятся в республике. Предприниматели в рамках проекта «Инвестиционный час» могут получить земельные участки без торгов [5].

Для развития туризма немаловажна налаженная транспортная система, поэтому в Башкортостане в рамках национального проекта «Безопасные качественные дороги» интегрируется Интеллектуальная транспортная система. Внедрение данной системы позволит увеличить пропускную способность перекрестков минимум на 30 процентов. Также уже был завершен первый этап проекта – светофоры на некоторых улицах оснащены искусственным интеллектом. Планируется переориентировка пассажиропотока на магистральных маршрутах с автобусов на трамваи. Выбор такого подхода связан с экологичностью и эффективностью с точки зрения вместимости.

Что касается видов туризма, развивающихся в республике следует выделить лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, экологический и спортивный. В республике развит горнолыжный туризм, спелеотуризм, водный и пешеходный. Такое разнообразие видов туризма связано с разнообразием природных ресурсов. Со стороны правительства необходимо принятие мер, направленных на развитие эффективной транспортной связи природных достопримечательностей с Уфой, чтобы туристам было удобно добираться до них, так как до многих точек природного наследия возможно добраться лишь с помощью личного автотранспорта. Также важно формировать здравницы, санатории, базы отдыха в местах расположения природных достопримечательностей, данные меры способствуют повышению туристского потока в республику.

Помимо проблем с транспортной инфраструктурой, можно отметить малую известность уникальных природных объектов, в особенности за пределами России. Необходимо формирование положительного имиджа республики, например, с помощью распространения сувенирной продукции, а также сотрудничества Правительства с блогерами, которые могут способствовать формированию положительного мнения о республике у туристов [7].

К недостаткам относят также дороговизну проживания в гостиницах и санаториях, что порой приводит к неоправданно дорогому соотношению цена/качество. Среди прочих слабых сторон выделяют короткое лето и переменчивую погоду, что может быть решено с помощью развития зимних ви-

дов отдыха укреплению уже имеющихся и строительство новых горнолыжных баз [8].

Таким образом, рассмотрев имеющиеся ресурсы туристско-рекреационного кластера республики, также меры, принятые для его развития и проблемы, с которыми сталкивается туризм в Башкортостане, мы приходим к выводу о том, что республика благоприятна для отдыха, ведь обладает богатыми природными ресурсами, также Правительство принимает эффективные меры, направленные на устойчивое развитие туристско-рекреационного кластера уже в настоящее время, а также и в перспективе.

#### Список источников

1. Алексушин, Г.В. Экскурсионная, музейная и выставочная деятельность / Г. В. Алексушин. – Самара: Типография "Прайм", 2020. – 96 с. – (Библиотека самарского экскурсовода). – ISBN 5-98868-043-4.
2. Алексушин, Г.В. Туристско-рекреационный кластер и его элементы / Г.В. Алексушин. – 2-е издание. – Самара: Типография "Прайм", 2018. – 58 с.
3. Барлыбаев А.А., Фатхуллина Н.Х., Насыров Г.М. Современное состояние и направления развития рекреационной сферы республики Башкортостан // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №43 (346). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-napravleniya-razvitiya-rekreatsionnoy-sfery-respubliki-bashkortostan> (дата обращения: 16.03.2023).
4. Исмагилов Н.А., Сафина Е.Н. Современное состояние внутреннего туризма в России и республике Башкортостан // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-vnutrennego-turizma-v-rossii-i-respublike-bashkortostan> (дата обращения: 16.03.2023).
5. Лесников Анатолий Ильич, Котова Татьяна Павловна, Валеева Рита Наилевна Современные подходы к формированию стандартов качества сервиса в условиях санаторно-курортных комплексов Башкортостана // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-formirovaniyu-standartov-kachestva-servisa-v-usloviyah-sanatorno-kurortnyh-kompleksov-bashkortostana> (дата обращения: 16.03.2023).
6. Фазрахманов Р.Ф. Туризм в республике Башкортостан/ Р. Ф. Фазрахманов // Международный научно-исследовательский журнал.- 2014. - №12 (31). - URL: <https://research-journal.org/archive/12-31-2014-december/turizm-v-respublike-bashkortostan> (дата обращения: 16.03.2023).
7. Фаттахов Р.В. Республика Башкортостан: оценка социально экономического положения и перспективы развития // Экономика региона. 2006. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/respublika-bashkortostan-otsenka-sotsialnoekonomicheskogo-polozheniya-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 16.03.2023).
8. Шайахметов Р.Р. Особенности развития лечебно оздоровительного туризма в Башкортостане // Вестник ИрГТУ. 2015. №5 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-bashkortostane> (дата обращения: 16.03.2023).

# ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

# НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРИ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

**БЕРАЦ АНАСТАСИЯ**студентка 4 курса  
НГУЭУ

**Аннотация:** в данной статье приведены основные подходы авторов к определению рентабельности. Представлены основные подходы необходимости определения рентабельности и целесообразности определения рентабельности не общей, а состоящей из частных показателей. Так же выявлены факторы оказывающие влияние на величину рентабельности. Факторы оказывающие влияние на рентабельность представлены как внутренними, так и внешними.

**Ключевые слова:** Рентабельность, экономисты, балансовая прибыль, классификация факторов, факторы оказывающие влияние внешних и внутренних факторов, общая рентабельность, рентабельность продукции.

## THE NEED TO CARRY OUT A PROFITABILITY ANALYSIS WHEN ASSESSING THE ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION

**Berats Anastasia**

**Abstract:** this article presents the main approaches of the authors to the definition of profitability. The main approaches to the need to determine the profitability and the feasibility of determining the profitability not of the general, but consisting of private indicators are presented. The factors influencing the value of profitability are also identified. Factors influencing profitability are both internal and external.

**Key words:** Profitability, economists, balance sheet profit, classification of factors, factors influencing external and internal factors, overall profitability, product profitability.

Для того, что бы обосновать необходимость проведения анализа рентабельности в первую очередь рассмотрим определения понятий, представленные разными экономистами, и сделаем свой вывод, по данной теме исследования. Представим подходы основных экономистов к определению показателя рентабельности в таблице.

Таблица 1

### Дискуссия к определению «рентабельность»

ФИО автора	Сущность понятия
Ивашковский С.	отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости активов, издержкам производства.
Лукашин Ю.П.	отношение приведенных по ставке сравнения доходов к приведенным на ту же дату капиталовложениям.
Фаминского И.	показатель, характеризующий уровень доходности капитала.

Подведем итог и сделаем вывод. Рентабельность характеризует деятельность организации по отдельным показателям, таким как рентабельность продаж, рентабельность валовой прибыли и прочие виды рентабельности. Общая рентабельность представляет более широкое понятие, которое затрагивает эффективность всей деятельности организации.

Классификация факторов приведена на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация факторов, влияющих на величину прибыли и рентабельности

Может сложиться такая ситуация когда общий показатель рентабельности будет иметь положительную динамику, а при более глубоком анализе показателей будет выявлено, что частный показатель будет снижаться. Может сложиться ситуация когда показатель который не важен для организации увеличивается, а важный показатель снижается, но при общем анализе рентабельности не будет получена достоверная картина, что приведет к искажению частной и детальной информации.

Но показатель рентабельности может быть рассчитан не только для существующих проектов действующей организации, так же он может быть рассчитан и для нового проекта. Рентабельность нового проекта может дополнить картину оценки целесообразности разработанного проекта.

Не смотря на то, что производится расчет срока окупаемости проекта и его эффективность, не представляется полностью оценить экономическую эффективность без расчета рентабельности проекта. Рентабельность нового проекта может определить чистую прибыль или убыток от вложенных средств в проект.

Показатель рентабельности поможет выявить процесс окупаемости вложенных в бизнес финансов, а так же деятельность в дальнейшем. Если рентабельность характеризуется в дальнейшем состоянием убытка от внедрения проекта, то организации необходимо пересмотреть свои затраты на реализацию проекта или процесс ценообразования. Выявив все возможные резервы необходимо вновь пересчитать показатель рентабельности, если в дальнейшем он окажется с низким доходом, либо убытком стоит отказаться от данного проекта.

Так же для более глубокого анализа при выпуске продукции стоит произвести расчет каждого вида товара. Может сложиться ситуация когда один из видов товара не будет рентабельным, за счет чего будет в общем расчете рентабельности вести к снижению показателя.

Если при расчете получено, что одна из групп товаров имеет низкий показатель рентабельности, то необходимо изучить причину, рассчитать прогнозные показатели и либо увеличить цены у на него, либо исключить из плана продаж и ассортимента.

## Список источников

1. Котельникова Н.В. Варианты расчета и анализа рентабельности капитала // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №9-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/varianty-rascheta-i-analiza-rentabelnosti-kapitala> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Малахова Н. А. Совершенствование управления формированием и использованием прибыли предприятия // Скиф. 2023. №1 (77). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-upravleniya-formirovaniem-i-ispolzovaniem-pribyli-predpriyatiya> (дата обращения: 30.03.2023).
3. Моргачев И. В., Дубкова М. Ф., Колпакова Е. А. Рентабельность собственного капитала Российских предприятий по отраслям // Вестник Академии знаний. 2023. №54 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rentabelnost-sobstvennogo-kapitala-rossiyskih-predpriyatij-po-otraslyam> (дата обращения: 30.03.2023).

УДК 37

# DIAGNOSIS OF BANKRUPTCY RISK AND WAYS OF FINANCIAL RECOVERY OF THE ENTERPRISE

**ФОМИНА ГАЛИЯ ШАМИЛЬЕВНА**

студент

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева,  
Лениногорский филиал (ЛФ КНИТУ-КАИ)

**Научный руководитель: Полюшко Юрий Николаевич**

к.э.н., доцент кафедры ЭиМ

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева,  
Лениногорский филиал (ЛФ КНИТУ-КАИ)

**Аннотация:** в статье проведена диагностика риска банкротства и пути финансового оздоровления предприятия.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, ликвидность, платежеспособность, коэффициент, банкротство, диагностика, анализ.

## ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА И ПУТИ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Fomina Galiya Shamilyevna**

*Scientific adviser: Polyushko Yury Nikolayvich*

**Abstract:** the article analyzes the risk of bankruptcy and the ways of financial recovery of the enterprise.

**Key words:** financial condition, liquidity, solvency, coefficient, bankruptcy, diagnostics, analysis.

For the stable operation of the organization and the prevention of situations of financial collapse, organizations need to diagnose the risk of business bankruptcy, which will allow the company to predict the crisis situation at the right time and quickly take measures to eliminate it, so the relevance of this topic is only increasing.

In order to give a more complete description of the financial condition of SPARTA LLC, we will calculate the indicators of liquidity, solvency, financial stability and market activity.

The data for the liquidity analysis are presented in Table 1.

Table 1

Liquidity analysis of LLC "SPARTA" for 2019 - 2021

Act iv	On 01.01.19	On 01.01.20	On 01.01.21	Пассив	On 01.01.19	On 01.01.20	On 01.01.21	Excess/shortage		
								On 01.01.19	On 01.01.20	On 01.01.21
A1	0	212	21	П1	1876	3594	5233	-1876	-3382	-5212
A2	294	1023	1020	П2	779	800	347	-485	223	673
A3	3334	4306	5517	П3	738	914	738	296	3392	4779
A4	294	1235	1041	П4	235	233	240	59	1002	801
Balance	3628	5541	6558	Balance	3628	5541	6558	x	x	x



The results of the calculations showed that in 2019 the company does not have enough funds to repay the most urgent obligations, the shortfall is 1876 thousand rubles.

By the end of 2019, the company does not have enough short-term accounts receivable to repay medium-term obligations.

Slow-selling assets cover long-term liabilities, the surplus amounted to 296 thousand rubles. Hard-to-realize assets are larger than permanent liabilities. Consequently, it can be concluded that only one of the four conditions of balance sheet liquidity is fulfilled, which means that the company's balance sheet cannot be considered absolutely liquid.

In 2020, the company also has a shortage of funds in the amount of 3382 thousand rubles to repay the most urgent obligations.

Hard-to-realize assets are larger than permanent liabilities. Only two balance sheet liquidity conditions are met.

In 2021, SPARTA LLC has a shortage of funds to repay short-term liabilities, the shortage amounted to 5212 thousand rubles. The calculation of absolute values showed that the most liquid assets cover only 0.4% of liabilities (21/5233\*100). The company has enough short-term accounts receivable to cover medium-term liabilities. Slow-selling assets cover 747.6% of liabilities (5517/738\*100). Hard-to-sell assets are larger than permanent liabilities, therefore, the minimum balance sheet liquidity condition is not met. The company's balance sheet cannot be considered absolutely liquid, and the company is solvent.

The company needs to work out the balance sheet structure in order to be able to meet its obligations.

The liquidity and solvency ratios are presented in table 2.

Table 2

Indicators liquidity and solvency LLC "Sparta" for 2019 - 2021 G., %

Indicator	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Absolute deviation (+, -)	
				2020 / 2019	2021 / 2020
General liquidity indicator	0,5010	0,5022	0,4193	0,0012	-0,0829
Absolute liquidity ratio	0	0,0482	0,0038	0,0482	-0,0444
Term liquidity ratio	0,1107	0,2827	0,2070	0,172	-0,0757
Current liquidity ratio	1,3299	1,2374	1,1752	-0,0925	-0,0622

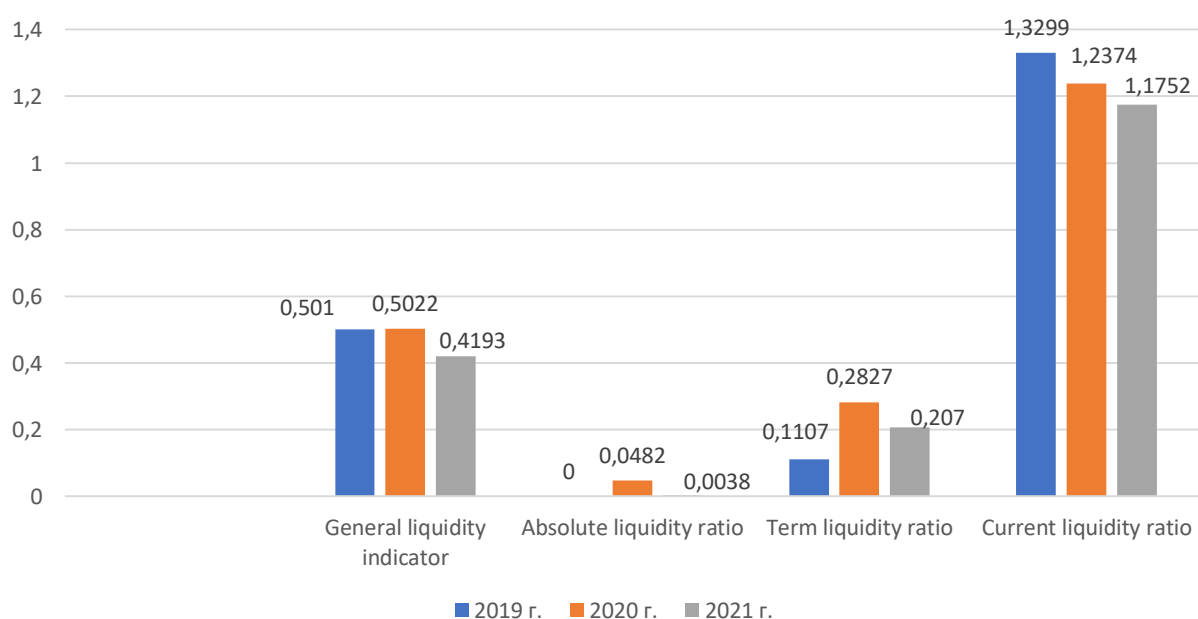


Fig. 2. Indicators liquidity and solvency LLC "Sparta" for 2019-2021 G.

The total liquidity ratio for the entire analyzed period is less than the regulatory value of 1 and tends to decrease, which indicates the inability of the company to pay off its obligations and by the end of the reporting period the chances decrease. In 2021, compared to 2020, the coefficient decreased by 0.0829 points.

The absolute liquidity ratio is significantly lower than the norm (0.20.5), by the end of the reporting period it decreased by 0.0444 points and amounted to 0.0038, which indicates that in the shortest possible time the company will not be able to pay off its obligations in case of creditors' claims.

The term liquidity ratio does not fall into the range from 0.7 to 1, in our case at the end of the reporting period it was 0.2070. This may trigger a loss of confidence of banks and investors.

The value of the current liquidity ratio also does not correspond to the regulatory value of 2, which confirms the above conclusions and calculations and indicates that the company is unable to pay current bills.

Figure 2 shows the changes in the liquidity and solvency indicators of SPARTA LLC for 2019-2021, in accordance with Table 2.

Since the current liquidity ratio in 2021 turned out to be below the norm of  $1.1752 < 2$ , it is necessary to calculate the solvency recovery coefficient, which will show us whether the company will be able to restore the solvency of the current liquidity indicator in the next six months/

At the end of 2021, the value of the indicator is less than 1, which indicates that the company will not be able to restore its solvency in the coming months.

The results of the analysis showed that the company needs to reduce the indicators of current assets, such as inventories and accounts receivable, thereby increasing the money supply, which is the most liquid asset, to equalize the ratio of accounts payable and accounts receivable.

### References

1. Vartanov A.S. Economic diagnostics of enterprise activity: organization and methodology: textbook. manual. M.: Finance and Statistics, 2017. 326 p.
2. Mazurov I.I. Methods of assessing the probability of bankruptcy of an enterprise: textbook. stipend. St. Petersburg: Publishing House of SpbGUEF, 2019. 53 p.
3. Surikova E.A. Managing the solvency of an organization on the basis of balancing cash flows / Problems of economics and management. 2017. 6 p
4. Sharova L.I., Shirokova N.P. Analysis of financial statements: textbook. stipend. Ivanovo: Scientific Thought, 2016. 124 p.

# КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 338

# КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ

РАИЛКО НАДЕЖДА ВАСИЛЬЕВНА,

ТАНАНАЕВА АРИНА АРТУРОВНА,

студенты

ВОРОБЬЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА

профессор, д.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»

**Аннотация:** в статье исследуются проблемы формирования клиентоориентированности как источника конкурентного преимущества компании, рассматривается понятие клиентоориентированности. Акцентируется внимание на потенциальных возможностях клиентоориентированности в процессе повышения конкурентных преимуществ предприятий ТЭК в современных социально-экономических условиях.

**Ключевые слова:** клиентоориентированность, клиенты, потребители, маркетинг взаимоотношений, конкурентоспособность, международный газовый рынок, энергоресурсы.

## CUSTOMER ORIENTATION AS A SOURCE OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE COMPANY AND FEATURES OF ITS IMPLEMENTATION IN THE ENERGY RESOURCES MARKET

Railko Nadezhda Vasilyevna,

Tananaeva Arina Arturovna,

Vorobyova Olga Vladimirovna

**Abstract:** the article examines the problems of customer orientation formation as a source of competitive advantage of the company, the concept of customer orientation is considered. Attention is focused on the potential opportunities of customer orientation in the process of increasing the competitive advantages of fuel and energy companies in modern socio-economic conditions.

**Key words:** customer orientation, customers, consumers, relationship marketing, competitiveness, international gas market, energy resources.

В условиях современной экономики ключом к успеху организации на высококонкурентных рынках может являться использование клиентоориентированной стратегии, которая перемещает внимание компании с продукта на клиента. Основопологающим в такой стратегии является утверждение о том, что потребители – это активы компании.

Толчок к развитию клиентоориентированный подход получил в рамках концепции маркетинга взаимоотношений, введенной в научный оборот в 1980-х годах и подразумевающей завоевание клиентов, поддержание и укрепление долгосрочных взаимовыгодных отношений с ними [1].

Среди причин появления повсеместной ориентации организации на покупателя стоит отметить

высокий уровень конкуренции во многих отраслях экономики. Компаниям для «выживания» и успешного продолжения деятельности пришлось искать способы повышения продаж не с помощью управления производственным процессом или ценовой политикой, а за счет улучшения качества обслуживания и общего взаимодействия с покупателями. По мере развития культуры потребления клиенты все больше стремились к покупке товаров или получению услуг с максимальным уровнем комфорта [1].

Клиентоориентированный подход компании к ведению бизнеса также свидетельствует о том, что компания обязана чрезвычайно хорошо понимать потребности и ожидания своих клиентов. Сегодня компании, желающие занять лидирующие позиции в конкурентной борьбе, стремятся к развитию долгосрочных взаимоотношений со своими клиентами, то есть клиентоориентированность становится одним из основных конкурентных преимуществ. Большое влияние на конкурентоспособность предприятия оказывает высокое качество товаров и услуг, которое является фундаментом клиентоориентированности [2].

Однако, несмотря на теоретическую и практическую значимость, понятие клиентоориентированности не имеет общепринятого определения. Зачастую его сводят или к высокому уровню менеджмента, или к особому качеству обслуживания, введению инноваций и сервису для потребителей.

Так, на сегодняшний день под клиентоориентированностью понимают:

- способность компании точно и качественно определять желания и предпочтения клиентов, чтобы максимально удовлетворить их своими товарами или услугами с максимально возможной выгодой;
- способность компании извлекать дополнительную прибыль с помощью глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей своих клиентов;
- способность компании создавать положительные эмоции у клиентов, вследствие чего клиент постоянно выбирает товары и услуги данной компании среди товаров и услуг конкурентов [2].

Каждая компания определяет собственную концепцию ориентации на клиента, исходя из стоящих перед ней целей, стратегии, а также мнения менеджмента организации. Среди важнейших составляющих клиентоориентированности стоит отметить:

- потребителей как источника развития организации;
- умение слушать потребителя, обеспечивая наиболее короткие и быстрые каналы коммуникации, общение с потребителями, построенное на доверии и взаимоуважении;
- анализ и понимание текущих потребностей клиентов;
- стремление к удовлетворению потребительских требований и превышению их ожиданий;
- клиентоориентированный персонал;
- обязательный учет обратной связи с клиентом, готовность руководства и персонала компании к общению в случае позитивных и негативных обращений со стороны клиентов;
- регулярный пересмотр и совершенствование организационных процедур и операций;
- базовые ценности компании: лояльность, профессионализм, открытость, уважение, качество, ответственность;
- развитие потребительской лояльности и управление прибыльностью клиента и так далее [3].

При этом организация работы с потребителями – это процесс, непрерывно направленный на создание и поддержание выгодных долгосрочных взаимоотношений потребителя и компании на основе сбора, обработки, анализа и интерпретации информации, ликвидации возникающих проблем, выявляемых с помощью претензий со стороны клиентов, а также поддержание обратной связи с клиентами. В то же время такое управление отношениями с потребителями в компании, ориентированной на клиентов, характеризуется системным подходом, который включает в себя выявление потребностей клиентов для создания актуального предложения, привлечение клиентов, выстраивание отношений с существующими клиентами [4].

Измерить уровень клиентоориентированности компаний можно путем использования индекса клиентоориентированности, разработанного консалтинговой компанией Market Culture. С помощью данного индекса организации могут оценить свою способность отвечать на запросы клиентов, угрозы со стороны конкурентов, изменения рыночной конъюнктуры и так далее. Для оценки индекса проводит-

ся опрос сотрудников организации в онлайн-режиме. Результаты позволяют измерить уровень ориентации персонала на потребности клиентов [4].

Индекс изучает исключительно те аспекты корпоративной культуры, которые оказывают непосредственное влияние на финансовые результаты организации и ее конкурентные преимущества. Среди аспектов стоит отметить понимание сотрудниками изменений в потребностях клиентов, поведении конкурентов, тенденциях во внешней среде, а также степень наделения сотрудников полномочиями для принятия решений, требуемых для удовлетворения потребностей покупателей и так далее [4].

Оценка уровня клиентоориентированности с помощью индекса помогает сосредоточиться на тех аспектах ориентации на клиента, которые необходимы для реализации стратегических направлений развития фирмы, сконцентрировать все усилия на работе с клиентами и донести приоритеты до всех сотрудников организации.

Таким образом, клиентоориентированный подход компании к ведению бизнеса означает, что компания должна иметь глубокое понимание потребностей и ожиданий своих клиентов. Единой научной точки зрения относительно понятия клиентоориентированности не существует, однако именно потребители, диктующие свои требования и запросы производителям и продавцам товаров и услуг, играют важную роль при управлении качеством продукции и услуг, ввиду чего в условиях современной экономики ориентация на потребителя является одним из важнейших условий успешной деятельности компании.

Следует отметить, что принцип клиентоориентированности имеет широкое распространение в ТЭК Российской Федерации. В частности, в крупнейшей газовой компании России, ПАО «Газпром», клиентоориентированность активно внедрялась в области транспортировки и реализации природного газа как на внутреннем, так и на внешнем рынках [5].

Вся история нефтегазовой промышленности в нашей стране – это живое свидетельство реализации клиентоориентированного подхода. Начиная с 70-ых годов XX века, Государственный газовый концерн (ГГК) «Газпром» вел борьбу за прямой выход к потребителю природного газа в Европе. Таким образом, в период СССР были на практике заложены основы клиентоориентированности задолго до официального внедрения в научный оборот этого термина в 80-ых годах XX века. В Советском Союзе это нашло отражение не только в конкретных действиях, но и в программных документах нефтегазового комплекса.

Крупнейшая немецкая газовая компания «Ruhrgaz AG» в течение длительного периода не допускала «Газпром» на внутренний рынок Германии, а за счет своего практически монопольного положения – и на внутренний газовый рынок Европы. Действия российской газовой компании в этот период были направлены на поиск выхода к конкретному покупателю. Компания стремилась минимизировать цепочку посредников между ней и потребителями газа, реализовывать природный газ по цене, максимально приближенной к рыночной [6].

В результате длительного процесса корпорация уже в юридических статусах ОАО «Газпром» и ПАО «Газпром» находит на внутреннем рынке Европы фирму «Wintershall AG», конкурирующую с «Ruhrgaz AG», и, сделав эту фирму своим союзником, наконец, пробивается на внутренний газовый рынок Европы. В результате «Газпром» смог повысить закупочные цены на российский природный газ и сократить маржу фирм-распределителей, что, в свою очередь, позволило увеличить прибыль «Газпрома» и поступления в федеральный бюджет нашей страны. В период с 80-ых гг. XX века и до 20-ых годов XXI века в этих новых экономических условиях корпорация реализует грандиозные проекты – газопроводы Ямал-Европа, Северный поток и Северный поток-2 [7].

Трагические события 2022 года, совершенные теракты на газопроводах, а также политика санкционных ограничений на российские энергоносители, организованная политическими силами США, остановили период активной экспортной политики природного газа и других энергоносителей в Европу, но, по нашему мнению, не закрыли это направление окончательно.

Очевидно, что именно клиентоориентированный подход позволил «Газпрому» избежать серьезных проблем в 2022-2023 годах, поскольку ранее наряду с европейским направлением «Газпромом» был реализован проект «Сила Сибири» (2014- 2019 гг.), направленный на азиатский рынок и, прежде

всего, в Китай. Не трудно представить, что было бы и с корпорацией, и со всей российской экономикой в условиях резкого разрыва экономического взаимодействия России со странами Европы и в результате совершенных терактов на газопроводах Северный поток и Северный поток-2, если бы «Газпром» в свое время не диверсифицировал направления своего экспорта.

Кроме того, для активного освоения новых направлений реализации природного, сжиженного газа, нефти, нефтепродуктов, которое мы сейчас наблюдаем, требуются незаурядные навыки клиентоориентированности.

Мы свидетели того, что в рекордно короткие сроки в течение 2022 года экспорт наших энергоносителей переориентировался с европейского на восточное, азиатское направление. Основными покупателями российских энергоносителей (нефть, газ, сжиженный природный газ (СПГ)) стали Китай, Индия, Турция и ряд других стран азиатского континента. В частности, в ближайшее время, в апреле 2023 года, начнутся поставки нефти и СПГ в Пакистан. В перспективе – поставка в Пакистан природного газа.

Китай, Индия и Пакистан – крупнейшие на азиатском континенте потребители энергоресурсов, способные приобрести и освоить значительные объемы газа, нефти, нефтепродуктов, сопоставимые с теми объемами, которые потребляли страны Европы в период до февраля 2022 года, т.е. на пике своего экономического развития.

Следует сакцентировать внимание на том, что основными экспортерами энергоресурсов на упомянутые выше рынки были Саудовская Аравия и Иран. России, «Газпрому» удалось достичь с бывшими поставщиками соглашения, в соответствии с которым они добровольно уступили российским компаниям свои сегменты рынка, что крайне редко происходит в мировой практике. Завоевание нового рынка редко обходится без политических осложнений, ценовых и экономических войн.

После столь успешного и быстрого выхода на абсолютно новые для нас рынки сбыта энергоносителей перед российскими компаниями встал вопрос о снижении дисконта, размера скидок, предоставляемых российскими предприятиями компаниям-покупателям Индии и Китая.

Российское государство приняло самое непосредственное участие в этом процессе, внося изменения в систему налогообложения экспортеров сырья с целью стимулировать компании продавать нефть не ниже фиксированного дисконта или платить больше налогов. Также в феврале 2023 года было принято решение о сокращении объемов добычи нефти Россией, что демонстрирует готовность к оптимизации ценовой политики. По мнению экспертов, Российской Федерации удастся добиться установления приемлемого уровня цен на наши энергоресурсы, что позволит обеспечить солидные поступления в федеральный бюджет.

Следует отметить, что, как было отмечено выше, государственное регулирование может вносить существенный вклад в развитие теории и практики клиентоориентированного подхода и вовсе не противоречит принципам рыночной экономики.

В целом клиентоориентированный подход не отменяет самого главного – какие бы товары, продукты, услуги не реализовывались, необходим паритет интересов покупателя и продавца, а не превосходство интересов покупателя над продавцом. В особенности это актуально, если речь идет о невозполнимых природных ресурсах. В теории западных стран этот тезис часто вообще не отражается, хотя на практике европейские и американские компании никогда не отступают от этого принципа, если он затрагивает их экономические интересы.

Таким образом, по нашему мнению, компании энергетического рынка России и, в первую очередь, ПАО «Газпром», располагают значительными компетенциями и опытом в этом вопросе. Причем данный подход реализуется не только в процессе экспорта природного, сжиженного газа, нефти, нефтепродуктов на международный рынок и их продажи на внутреннем российском рынке, но и в процессе формирования и реализации кадровой политики, Системы непрерывного фирменного профессионального образования ПАО «Газпром», Концепции взаимодействия с образовательными организациями [7]. Более детальное, углубленное изучение нормативных документов компаний, корпораций ТЭК и их практической деятельности в этих направлениях внесет значительный вклад в развитие теории клиентоориентированного подхода.

**Список источников**

1. Трушкина Н.В., Рынкевич Н.С. Клиентоориентированность: основные подходы к определению // Бизнес Информ. – 2019. – №8. – С. 244-252.
2. Андреева Т.А. Теоретические подходы к понятию клиентоориентированности организации // Молодой ученый. – 2019. – №52. – С. 334-337.
3. Бурдюгова О.В., Куприянова В.С. Влияние клиентоориентированности на конкурентные преимущества организации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2018. – №1 (76). – С. 8.
4. Латышова Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 241 с.
5. Управление реструктуризацией естественных монополий топливно-энергетического комплекса на российском и международных рынках : [монография] / О. В. Воробьева ; М-во образования и науки Российской Федерации, Волгоградский гос. ун-т. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. – 286 с.
6. Беляев А.В., Воробьева Л.Е., Воробьева О.В. Либерализация газового рынка Европы как результат процессов интеграции и глобализации // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 4. – С. 34-40.
7. Воробьева О.В., Алябьева А.Г. Проектная деятельность как инструмент взаимодействия производственных и образовательных организаций и механизм развития компетенций персонала // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2022. – № 10 (214). – С. 46-53.



# ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 338

# ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

ГОЛОВИНА ДАРЬЯ АНДРЕЕВНА,  
ДАНИЛЬЧЕНКО МАРИЯ ГРИГОРЬЕВНА,  
КОНДРАТЕНКО АРИНА АЛЕКСЕЕВНА,  
РАЛОВЕЦ НИКА АНДРЕЕВНА

студенты

КФ «Финансового университета при Правительстве Российской Федерации»

*Научный руководитель: Пономарев Сергей Валерьевич*

*к.ф.-м.н., доцент*

КФ «Финансового университета при Правительстве Российской Федерации»

**Аннотация:** данная статья посвящена изучению факторов стимулирования инновационной активности как источника экономического роста, степени вовлеченности экономических субъектов во внедрение инновационных технологий и выделению особенностей инновационного развития России. Проведенный анализ позволил рассмотреть особенности инновационного развития экономики страны. В результате изучения темы были сделаны выводы о необходимости развития инновационной деятельности.

**Ключевые слова:** инновации, экономический рост, нововведение, стратегия инновационного развития РФ, экономика.

## INNOVATIVE FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Golovina Darya Andreevna,  
Danilchenko Maria Grigorievna,  
Kondratenko Arina Alekseevna,  
Ralovets Nika Andreevna

*Scientific adviser: Ponomarev Sergey Valerievich*

**Abstract:** this article is devoted to the study of the factors of stimulating innovation activity as a source of economic growth, the degree of involvement of economic entities in the introduction of innovative technologies and highlighting the features of innovative development in Russia. The analysis made it possible to consider the features of the innovative development of the country's economy. As a result of studying the topic, conclusions were drawn about the need to develop innovative activities.

**Key words:** innovation, economic growth, innovation, strategy of innovative development of the Russian Federation, economy.

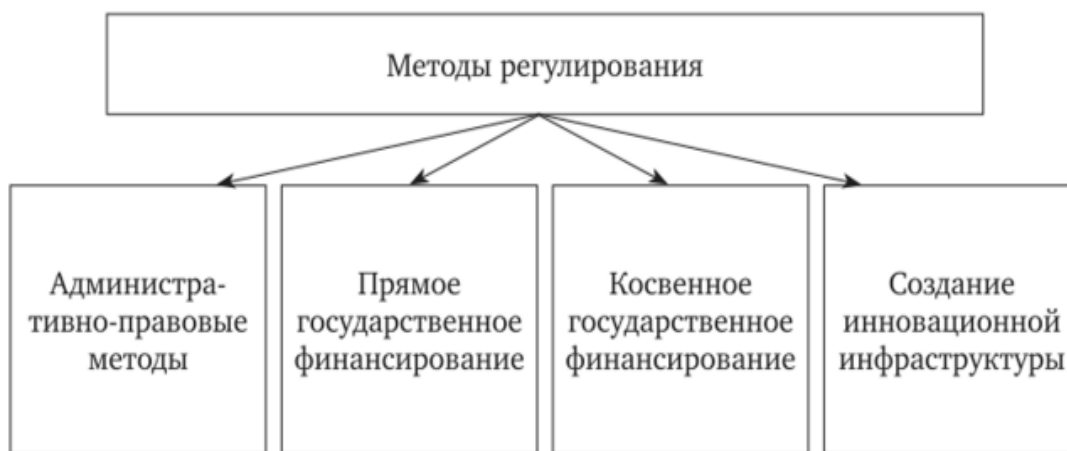
Инновацию можно определить, как нововведение в области техники, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и опыта.

Если же обратиться к трудам отечественных ученых, то термин инновация можно определить как «результат научного труда, направленный на совершенствование общественной практики и предна-

значенный для непосредственной реализации в общественном производстве.» [1, с.225]

Изучив выделенное понятие, можно сказать, что инновация является важным аспектом в деятельности любого экономического субъекта. Но внедрение нового и современного требует соответствующих затрат не только на начальном этапе, но и в дальнейшем. Именно поэтому важно не относить инновационный фактор развития как наименее важный в экономической сфере.

Внедрение инноваций часто сопровождается трудностями, связанными как с технологической составляющей, так и с организационной. Для того чтобы массово внедрить инновации в какую-либо сферу необходимо создание аппарата управления, который будет эффективен на всех уровнях производства. Именно поэтому всё чаще инновационный фактор становится предметом исследования на государственном уровне и требует разработки соответствующих методов регулирования. (Рис. 1)



**Рис. 1. Методы государственного регулирования инновационной деятельности**

Каждый из методов регулирования охватывает различную сторону инновационной деятельности. Государству необходимо разработать такой план, который будет эффективно сочетать различные методы регулирования, ведь инновационный фактор экономического развития требует не только построение грамотной финансовой политики, но и хорошей нормативно-правовой базы. В настоящее время в Российской Федерации государственное регулирование инновационной деятельности осуществляется на основе прямых и косвенных методов воздействия, учитывающих тенденции предыдущего периода. [2, с. 96]

Необходимость поддержки инновационной деятельности государством объясняется и тем, что инновации являются фактором движения экономического развития. Можно выделить основные задачи государства в рамках различных методов регулирования инновационной деятельности:

- снабжение необходимыми ресурсами и средствами участников экономической деятельности с целью обеспечения эффективной работы;
- разработка инструментов привлечения частного сектора в экономическую деятельность с целью стимулирования деловой активности;
- формирование структуры, занимающейся подготовкой кадров и повышения квалификации работников организаций инновационной сферы, посредством включения в государственный бюджет статьи расхода на мероприятия, связанные с инновационной деятельностью.
- создание нормативно-правовой базы для активизации инновационной деятельности, гарантия охраны прав субъектов.

Согласно статистическим данным динамика основных показателей инновационной активности указывает на увеличение удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации. (рис. 2)



**Рис. 2. Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации**

Таким образом, можно сказать, что инновационная деятельность, ее развитие и внедрение в экономическую сферу жизни общества, является актуальным вопросом и требует детальной проработки, не только со стороны экономических субъектов, но и со стороны государства. Перед государством стоит задача разработки и реализации долгосрочной инновационной стратегии, на основе которой можно было бы повысить конкурентоспособность отечественных товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках, осуществить переход к инновационному пути развития страны, обеспечить высокие темпы экономического роста и социального развития. [3, с.284]

Для эффективного использования инновационного фактора в развитии экономического сектора государства, необходимо создать детальный план действий, основанный на исследовании и внедрении в практику инновационных подходов и процессов, а также внедрение креативного подхода в организациях с научными и производственными процессами, внедрения достижений науки и практики в экономику.

Необходимость инновационного развития регионов РФ возрастает с каждым годом. Например, поддержка инновационной деятельности является приоритетным направлением экономической политики Калужской области, так как регион в Центральном федеральном округе занимает лидирующие позиции в научно-инновационной деятельности.

Стабильный экономический рост региона обеспечивается благодаря освоению новых источников доходов, развитию нынешнего высокотехнологичного производства. Инновационная политика Калужской области включает в себя все это и реализуется с помощью государственных программ.

Например, в программе «Экономическое развитие в Калужской области» главной целью экономической политики является создание инновационной базы и обеспечение результативного использования инновационного потенциала.

Калужская область интенсивно осуществляет инновационную политику:

- Калужская область занимает 3-е место в ЦФО по размеру научно-исследовательских работ;
  - Калужская область занимает 6-е место в Российской Федерации по доле промышленных изделий, которая была произведена инновационно-активными предприятиями;
  - Калужская область занимает 6 место в инновационном рейтинге регионов РФ.
- Развитая инновационная инфраструктура Калужской области включает в себя:
- бизнес-инкубаторы;
  - инновационно-технологические центры;
  - Обнинский Центр науки и технологий;

- технопарк в сфере высоких технологий в Обнинске;
- индустриальные парки;
- Фонд поддержки малых предприятий;
- система различных видов кластеров. [4, с. 2].

В области имеются различные виды организаций: 41-инновационной направленности, 34 -научно-исследовательских. Они создают и внедряют технические разработки и обладают высоким потенциалом. [5]

Поддержка государства имеет значительное место в укреплении и развитии инновационного потенциала Калужской области. Например, поддержка инновационных проектов в 2018 году составила 100 млн.руб. Данные средства перераспределяются в рамках государственной программы «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области».

#### Список источников

1. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 298 с.
2. Бутко, Г. П. Ресурсы инноваций: учебное пособие / Г. П. Бутко. — Екатеринбург: УГЛТУ, 2021. — 135 с.
3. Кислощаев, П. А. Экономическая безопасность : учебное пособие / П. А. Кислощаев, Н. В. Капитонова, С. В. Каминская ; под редакцией В. Ю. Буров. — Чита : ЗабГУ, 2021. — 324 с.
4. Ерохина Е.В. Инновационная дискриминация регионов РФ: причины и последствия // Проблемы теории и практики управления. 2018. -№4. – С. 41-58.
5. Официальный сайт АО «Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.airko.org/>.

УДК 004.9

# КЛАССИФИКАЦИЯ ГАУССОВСКИХ ПРОЦЕССОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

**ПАЛЬМОВ СЕРГЕЙ ВАДИМОВИЧ**

к.т.н., доцент, доцент кафедры информационных систем и технологий  
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»,  
доцент кафедры информационных технологий  
ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»

**Аннотация:** Методы машинного обучения позволяют решать множество задач, включая прогнозирование целевого показателя на основе значений входных переменных. Цель статьи состояла в исследовании возможностей классификации гауссовских процессов [1] при решении сформулированной проблемы. С помощью высокоуровневого программирования была разработана система на основе упомянутого алгоритма. Посредством сравнительного анализа в ходе эксперимента протестированы возможности указанного программного обеспечения. Результатом стало положительное заключение об эффективности использования классификации гауссовских процессов для решения задачи прогнозирования.

**Ключевые слова:** гауссовские процессы, классификация, искусственный интеллект, машинное обучение, Python

## GAUSSIAN PROCESS CLASSIFICATION AS A PREDICTION TOOL

**Palmov Sergey Vadimovich**

**Abstract:** Machine learning methods enables to solve many problems, including predicting a target variable based on input variables values. The aim of this paper is to study the possibilities of Gaussian process classification in solving the stated problem. With the help of high-level programming, a system based on the mentioned algorithm was developed. The capabilities of the software were tested through comparative analysis during the experiment. The result was a positive conclusion about the effectiveness of using Gaussian process classification for the forecasting problem solving.

**Key words:** gaussian processes, classification, artificial intelligence, machine learning, and Python.

Машинное обучение – это технология, которая может быть применена для решения разнообразных задач. Существуют сторонние программные продукты, упрощающие применение указанного инструментария на практике. Например, библиотеки языка Python. Однако интеллектуальные модели, созданные на основе последних, могут иметь различную эффективность в зависимости не только от обучающих данных, но и от значений выбранных настроек. Следовательно, существует проблема подбора подходящего алгоритма и его настроек для конкретной задачи. Поэтому, статья рассматривающая указанное направление будет актуальной.

Была выбрана следующая формулировка цели работы: исследование возможностей классификации гауссовских процессов при решении задачи прогнозирования.

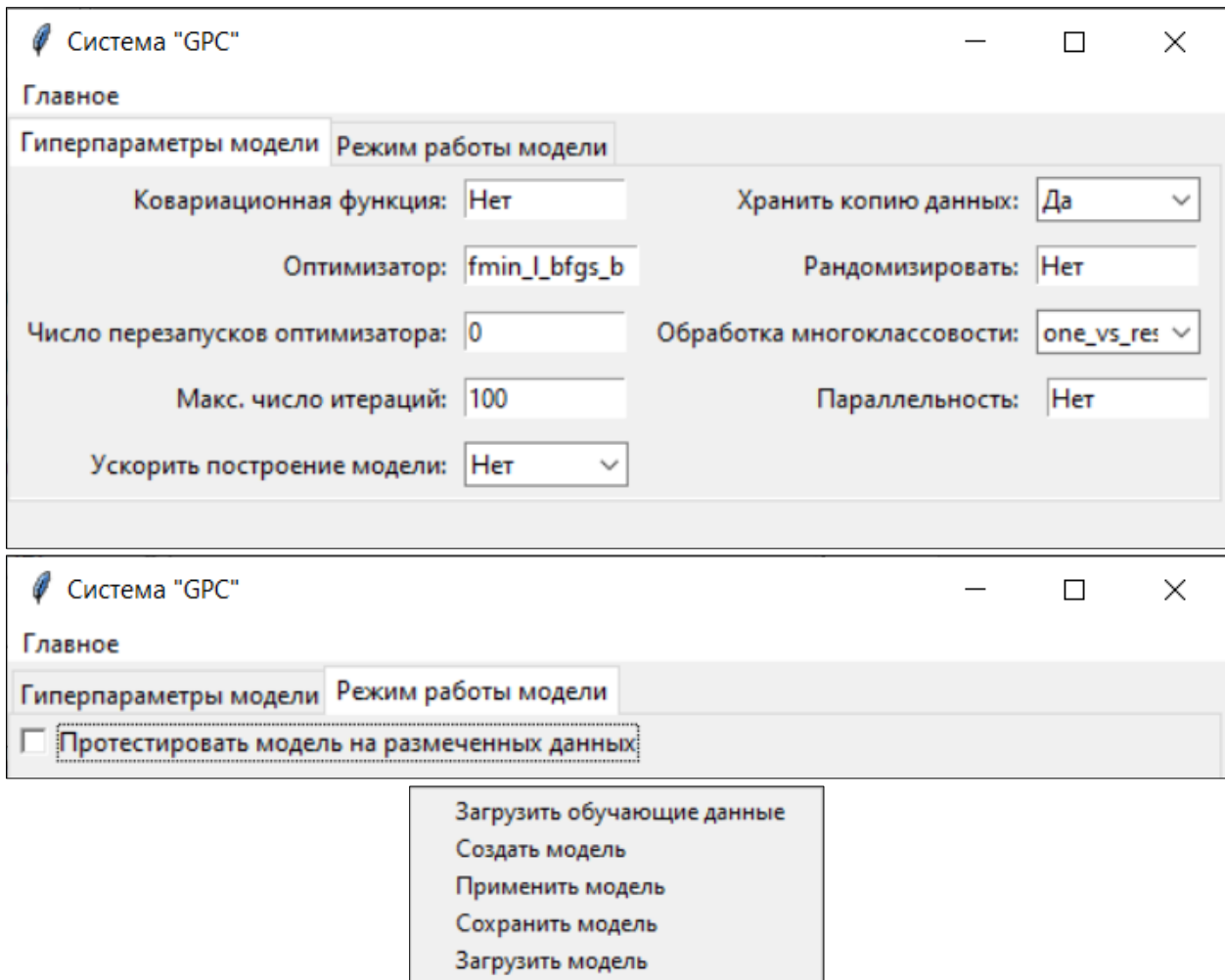
Для достижения данной цели были решены следующие задачи:

1. Выбраны инструменты для создания и исследования разработанного программного обеспечения
2. Реализовано программное обеспечение
3. Экспериментальное исследование возможностей созданной системы

В качестве инструментов было выбрано следующее:

1. Язык программирования – Python
2. Среда разработки – IDLE
3. Генерация обучающей и тестовых выборок – Orange Data Mining
4. Расчет статистических метрик для прогонов – MS Excel

Интерфейс системы приведен на рис.1:



**Рис. 1. «Система «GPC»». Пользовательский интерфейс**

«Система» предоставляет пользователю следующие возможности:

- Построение на основе загруженных данных классификационной модели
- Применение модели для формирования прогнозов значений целевого показателя (также реализован режим тестирования)
- Сохранение \ загрузка созданной классификационной модели

Для тестирования возможностей разработанной системы было проведено экспериментальное исследование, в ходе которого посредством перекрестной проверки ( $k = 3$ ) [2] изучалось влияние изменения значений некоторых параметров классификационной модели на качество формируемых ею результатов.

В качестве генеральной совокупности использовался набор данных «Ирисы Фишера» [3]. На его основе посредством Orange Data Mining было сформировано десять выборок с замещением. Объем каждой – 150 объектов. Выборка №10 использовалась как обучающая; остальные девять – тестовые.

Для оценки качества работы классификационной модели использовалась метрика «вероятность» ( $P$ ). Описание исследования представлено далее.

Сначала была проведена оценка качества работы «Системы» при изменении параметра «Максимальное число итераций». Как видно из результатов в табл.1, указанная настройка (практически) не влияет на эффективность классификационной модели.

Далее варьировались значения «Число перезапусков оптимизатора». Итог эквивалентен предыдущему.

Аналогичный эффект дало изменение параметра «Ускорить построение модели».

Таблица 1

## Значения вероятности при изменении параметра «Макс. число итераций»

Номер выборки	Максимальное число итераций, шт.						
	1	2	10	50	100	150	1000
1 - 9	0,9600	0,9733					

Таблица 2

## Значения вероятности при изменении параметра «Число перезапусков оптимизатора»

Номер выборки	Число перезапусков оптимизатора, шт.					
	0	1	1*	1**	10	100
1 - 9	0,9733		0,9600	0,9733		

1\* - «Максимальное число итераций» = «1»

1\*\* - «Максимальное число итераций» = «2»

Таблица 3

## Значения вероятности при изменении параметра «Ускорить построение модели»

Номер выборки	Ускорить построение модели	
	Нет*	Да*
1 - 9	0,9733	

\* - «Максимальное число итераций» = «2»

Исследование наглядно продемонстрировало, что усложнение модели (задание более «серьезных» настроек) не обязательно приведет к улучшению ее качественных показателей.

Таким образом, можно утверждать, что цель работы достигнута: разработана программа, реализующая прогнозирование посредством гауссовских процессов, а также проведено тестирование ее возможностей, выявившее высокое качество формируемых результатов при разных условиях.

## Список источников

1. Котова, Д. Гауссовские процессы для активного обучения в задаче классификации / Д. Котова, М. Панов // Информационные технологии и системы 2019 (ИТиС 2019) : Сборник трудов 43-й междисциплинарной школы-конференции ИППИ РАН, Пермь, 17–22 сентября 2019 года. – Пермь: Институт проблем передачи информации им. А.А. Харкевича РАН, 2019. – С. 471-478.

2. Виткова, Л. А. К-блочная перекрестная проверка в задачах машинного обучения / Л. А. Виткова, Д. Р. Голузина // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании : сборник научных статей: в 4х томах, Санкт-Петербург, 24–25 февраля 2021 года / Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича. Том 1. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – С. 163-167.

3. Заяц, А. М. Построение нейронной сети классификации ирисов Фишера на базе JavaScript / А. М. Заяц, С. П. Хабаров // Известия Санкт-Петербургской лесотехнической академии. – 2019. – № 226. – С. 233-247. – DOI 10.21266/2079-4304.2019.226.233-247.

© С.В. Пальмов, 2023



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 65.01

# СТАНОВЛЕНИЕ ПЛАНОВОЙ СИСТЕМЫ В КИТАЕ: ИСТОРИЧЕСКИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

**КОЛЕСНИКОВ В. В.,**

к. э. н., доцент

**МАКАРОВ И.Н.,**

д-р. э. н., доцент

**ХОМУТЦОВА А.П.**

студентка 5 курса

Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте Российской Федерации  
г. Липецк

**Аннотация:** В статье изучена практика становления и развития плановой системы в КНР. В работе рассматривается история формирования плановой системы экономики в Китае, в частности реализация Четырнадцатого Пятилетнего Плана, который сосредотачивается в первую очередь на дальнейшем углублении реформ и открытости, улучшении условий жизни людей, расширении новой циркуляционной структуры экономики, построение современной экономической системы с более высоким уровнем эффективности и укрепление инновационной стратегии развития. Статья акцентирует свое внимание на том, что плановая экономика совместно с рыночной экономикой играет важную роль в обеспечении централизованного контроля над политической и экономической властью в КНР.

**Ключевые слова:** плановая экономика, система, КНР, ВВП, промышленность, пятилетка, «Сделано в Китае 2025», экономика, рыночные отношения, сельское хозяйство.

## FORMATION OF THE PLANNED SYSTEM IN CHINA: HISTORICAL AND MODERN ASPECTS

**Kolesnikov V.V.,****Makarov I.N.,****Khomutsova A.P.**

**Annotation:** The article examines the practice of formation and development of a planned system in China. The paper examines the history of the formation of the planned economic system in China, in particular, the implementation of the Fourteenth Five-Year Plan, which focuses primarily on further deepening reforms and openness, improving people's living conditions, expanding the new circulation structure of the economy, building a modern economic system with a higher level of efficiency and strengthening innovative development strategy. The article focuses on the fact that the planned economy, together with the market economy, plays an important role in ensuring centralized control over political and economic power in the PRC.

**Key words:** planned economy, system, PRC, GDP, Industry, Five-year plan, «Made in China 2025», economy, market relations, Agriculture.

Плановая система экономики — это такая система, при которой государство планирует и регулирует производство, распределение и потребление товаров и услуг. В данной структурной организации государственного управления, государство принимает решения о том, какие продукты и услуги будут производиться, какие технологии будут использоваться, и каким образом они будут распределяться. В

плановом хозяйстве государство формирует приоритетные пути развития и принимает меры для достижения определенных целей. Рассмотрим реализацию данной системы на примере Китайской народной республики (КНР).

Китай является одним из старейших государств в мире, поэтому рассмотрение данного вопроса является актуальным, так как имеет достаточно длинную историю. Закрепление данной системы государственного устройства в КНР прошло через множество изменений и эволюций.

История формирования плановой системы экономики в Китае берет свое начало еще с 1644 года. Зарождение планового типа государственного устройства относят к династии Цин, которая применяла её для организации и координации производства, доставки продуктов, и материалов для своих проектов. Они также использовали плановую систему в распределении ресурсов между различными регионами и для контроля цен. Широко применялись в период их правления меры по улучшению образования, особенно это касалось детей из низших слоев населения, а также создавалось множество социальных и благотворительных программ.

Данного типа государственного управления династия Цин придерживалась на протяжении почти всего своего существования, вплоть до начала XX века. Именно тогда, при социально-экономическом сдвиге и последующей Национальной Революции страна ускорила интеграцию в международное разделение труда и мировое капиталистическое хозяйство. Все эти действия в скором времени неизбежно привели к формированию и развитию Китайского капитализма. Этот период связывают с расширением сельскохозяйственной отрасли. Если быть конкретнее, то внедрение сёл и деревень в рыночные отношения.

Отдельное внимание заслуживает период прихода к власти «Нанкинского Правительства» в 1928 года. Данную дату связывают с вводом новой социально-экономической политики. Изменения, потрясшие Китай, приветствовались в США, так как это было связано с введением капитализма в жизнь общества. Такая практика привела к укреплению и развитию отношений между Китаем и США. В дальнейшем, к странам, поддерживающим новый режим Китая, присоединилась и Англия. Все эти действия привели к активизации экономической системы и развитию национальной экономики в целом. Самым значимым событием на тот период является создание единой банковской системы.

Огромный ущерб для экономики Китая нанесла Японская агрессия в 1931 году. Именно тогда, Япония, нанесла гигантский вред развитию Китая. Основной отраслью, формировавшей ВВП Китая на конец 1933 года было сельское хозяйство 64,9% (рис. 1).



**Рис. 1. Секторальная структура экономики ВВП Китая после «Японской агрессии» в 1933 году [6, с. 6]**

Рассмотрев политические потрясения на начало века, которые коснулись Китая, стоит перейти ближе к середине XX века. После окончания Второй Мировой Войны в стране начались серьезные волнения, которые переросли в гражданскую войну. Противостояние происходила между партией Го-

миньдан и Коммунистической Партией. Изначально успех несла первая сторона, однако, с учетом времени к 1947 году Коммунистическая партия Китая (КПК) объявила о ликвидации помещичьего землевладения, что позволило переманить крестьян на свою сторону и тем самым усилить свою армию.

Все это привело к образованию 1 октября 1949 года Китайской Народной Республики (КНР) во главе с Коммунистической Партией Китая. Для стимулирования экономического роста и развития была введена плановая экономика. Такая экономика была основана на системе централизованного планирования, при которой правительство отвечало за контроль над инвестициями, производством и ценами. Правительство разработало пятилетние планы, чтобы определить направление экономического развития и распределить ресурсы. Это включало установление производственных квот и установление цен на товары и услуги. Основное внимание уделялось тяжелой промышленности и расширению инфраструктуры. Инвестиции направлялись на государственные предприятия, а иностранные инвестиции строго контролировались. Сельское хозяйство также строго регулировалось: правительство устанавливало производственные цели и цены на зерно.

Система была сосредоточена на создании государственных предприятий, централизации принятия экономических решений и развитии процесса пятилетнего планирования. В 1950-х годах система еще более укрепилась за счет введения коллективизации, которая привела к появлению сельскохозяйственных кооперативов в сельской местности и дальнейшей централизации производства и распределения товаров.

Особое внимание в проведении Плановой системы занимает применение КПК Пятилетнего планирования (Пятилетки). Первый пятилетний план Китайской Народной Республики был пятилетней экономической программой, инициированной в 1953 году с целью восстановления китайской экономики после разрушительных последствий гражданской войны в стране 1949-1952 годах. План был аналогичен пятилеткам Советского Союза, главной целью которого было увеличение производства сельскохозяйственной и промышленной продукции для возрождения китайской экономики. План был сосредоточен на расширении сельского хозяйства, развитии промышленности, увеличении транспортной и коммуникационной инфраструктуры и развитии науки и техники.

Отдельная заслуга в развитии КНР принадлежит СССР. Советская помощь Китаю началась в 1950 году, когда Советский Союз подписал советско-китайский договор о дружбе, союзе и взаимной помощи с Китайской Народной Республикой. В соглашении декларировалось, что оба государства не будут нападать друг на друга, и предусматривалась взаимная экономическая, военная и иная помощь. В последующие десятилетия Советский Союз предоставил Китаю огромную помощь, включая нефть, технологии, военную технику и советников, а также другие формы помощи.

С 1950 по 1953 год Советский Союз предоставил Китаю военную и экономическую помощь на сумму более 1,2 миллиарда долларов, что сегодня эквивалентно более 16 миллиардам долларов. Сюда входили 1200 советников и техников, а также крупные партии промышленного оборудования и военных материалов. В 1953 году Китай и Советский Союз подписали пятилетний план экономического и технического сотрудничества, который предусматривал дальнейшую помощь.

В конце 1950-х - начале 1960-х годов Советский Союз предоставил Китаю дополнительную помощь в виде передачи технологий и займов. К 1964 году советская помощь составила более 3,7 миллиарда долларов. Кроме того, Советский Союз оказал Китаю помощь в запуске его первого искусственного спутника и обучении китайских космонавтов. [3, с. 6]

Советская помощь Китаю начала сокращаться в начале 1960-х годов, когда отношения между двумя странами начали остывать. И уже к началу 1970-х годов контакты между странами были свернуты.

Начиная с 70-х годов XX века, китайская экономика была переориентирована от полностью закрытой, centrally-плановой системы в сторону системы хозяйствования, ориентированной на рынок. С 1978 года данная политика начала интенсивное развитие в стране. Этот процесс, включал открытие экономики для внешней торговли и инвестиций, приватизацию государственных предприятий, реформирование финансовой и банковской систем и либерализацию сельскохозяйственных рынков. Китай также осуществил ряд реформ по созданию правовой базы для экономики, включая принятие нового

Закона о компаниях и законов об иностранных инвестициях. В то же время Китай стремился модернизировать свою промышленность и технологии, инвестируя в исследования и разработки, и поощряя развитие новых секторов, таких как телекоммуникации и возобновляемые источники энергии. Хотя эти реформы позволили Китаю внести важный вклад в мировую экономику, переход был трудным и сопровождался рядом проблем. В последние годы страна столкнулась с увеличением уровня долга, ростом безработицы и необходимостью решения проблемы неравенства.

Несмотря на то, что данный путь берет свое начало с 1978 года, лишь к 1992 году (спустя 14 лет) удалось полноценно прийти к симбиозу рыночной и плановой экономики. Этот процесс был инициирован Дэн Сяопином, который хотел модернизировать китайскую экономику. Правительство Китая начало проводить рыночные реформы, в том числе разрешило деятельность частного бизнеса, открыло внешнюю торговлю и приняло законы о защите частной собственности и т.д.

Эти реформы привели к более разнообразной и динамичной экономике с большей конкуренцией и инновациями. В результате за последние несколько десятилетий Китай пережил огромный экономический рост, став второй по величине экономикой мира.

Несмотря на растущие рыночные силы, китайское правительство, по-прежнему, занимает ключевую роль в экономике, определяя экономическую и промышленную политику, регулируя ключевые секторы и оказание финансовой поддержки.

В 21 веке Китай принял политику, более ориентированную на рынок, и увеличил свою зависимость от частного сектора для экономического роста. Государственные предприятия были реструктурированы и приватизированы, что привело к усилению конкуренции и повышению эффективности.

В то же время правительство ввело политику поощрения инноваций и предпринимательства. Это включает в себя предоставление налоговых льгот и субсидий для продвижения исследований и разработок, а также запуск программы «Сделано в Китае 2025» для стимулирования инноваций.

«Сделано в Китае 2025» — это инициатива, выдвинутая правительством Китая в 2015 году и направленная на ускорение перехода страны от экономики, основанной на производстве, к экономике, основанной на инновациях и новых технологиях, таких как робототехника, искусственный интеллект и большие данные. Эта инициатива является частью долгосрочной цели Китая стать мировым лидером в области передовых технологий и инноваций к 2025 году. Китай определил 10 ключевых отраслей, которые будут в центре внимания, включая робототехнику, аэрокосмическую промышленность, транспортные средства на новых источниках энергии и медицинское оборудование. Инициатива также включает планы по усилению защиты интеллектуальной собственности, реформированию финансового сектора и созданию центров исследований и разработок в ключевых городах.[2, с. 7]

Согласно исследованиям Всемирного Банка, с помощью частичного внедрения рыночной системы в экономику КНР, Внутренний Валовой Продукт увеличился в несколько раз. Так с 1978 по 2021 год ВВП Китая увеличился с 218,5 миллиардов долларов до 17734,1 миллионов долларов, что однозначно впечатляет.

Отдельное внимание в проведении плановой системы КНР заслуживает Четырнадцатый Пятилетний План. В нем излагаются цели экономического и социального развития страны на пятилетний период с 2021 по 2025 год. План является ключевой частью политики экономического и социального развития страны и определяет решения китайского правительства и Коммунистической партии.

План направлен на построение сильной, инновационной и «зеленой» экономики, развитие цифровой экономики, расширение внутренних и внешних рынков и содействие качественному развитию. Он также направлен на решение насущных проблем, таких как борьба с бедностью, занятость, здравоохранение и охрана окружающей среды.

В целом, четырнадцатый пятилетний план считается всеобъемлющим и амбициозным планом, который заложил основу для долгосрочного развития КНР и поможет стране реализовать свои цели по увеличению доли использования энергии не связанной с ископаемым топливом до 20% к 2025 году, внедрить новые энергетические технологии, которые позволят довести половину транспортных средств до гибридных, а оставшуюся половину сделать электрическими к 2035 году, также добиться углеродной нейтральности не позднее 2060 года.

Таким образом, государственное управление Китая постоянно развивалось и претерпевало изменения, о чем свидетельствуют поэтапные изменения в экономике на разных временных этапах. Свое начало плановая экономика ведет с 17 века и поэтапно переходит в рыночную экономику, чему способствовало сближение с другими более экономически развитыми странами, такими как США. Это принесло большой вклад в развитие и привело к активизации экономической системы и развитию национальной экономики в целом. Самым значимым событием на тот период является создание единой банковской системы. С дальнейшей сменой власти государственное устройство опять вернулось к плановой экономике. На этот раз развитие данной системы набрало большие обороты и Китай начал близкое взаимодействие с СССР. Это обеспечило рост поставок продовольствия и энергии, поддержала социальную стабильность и укрепление чувства национальной идентичности Китайской нации. Плановая экономика сыграла важную роль в обеспечении централизованного контроля над политической и экономической властью, способствуя тем самым обеспечению лидерства Коммунистической партии в стране. После этого Китай начал сбалансированное развитие экономики, которая объединила в себе рыночную и плановую экономики. Такая практика привела к резкому взлёту экономики страны и вывела ее с уровня успешно развивающихся стран на лидирующие мировые позиции. Несомненно, китайскую практику государственного устройства и управления можно считать одним из эталонных образцов на текущий момент времени.

#### Список источников

1. Л. С. Вартазаровой, И. Я. Кобринской США – Китай: борьба двух стратегий и практик мирового лидерства / ИМЭМО РАН. М., 2018. С. 65.
2. Китай будет вкладывать большие средства в стратегию «Сделано в Китае 2025». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [english.gov.cn](http://english.gov.cn). (01.03.2023)
3. Советско-китайские отношения. 1952-1955: Сборник документов. Ижевск, 2015. — С. 338.
4. Ху Зяюн. Анализ инновации и развития теории социалистической рыночной экономика. Исследование экономики. 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://humanities.fa.ru/jour/article/viewFile/313/299>.
5. Цзин Ту. Пятилетний переходный период // Китай. 2021. С. 26-27.
6. Экономика Китая в 1912 -1949 гг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://present5.com/ekonomika-kitaya-v-1912-1949-gg-lekciya-1/>. (05.03.2023)
7. Я. М. Бергер, В. В. Михеев Китай: социальные вызовы развитию// Общество и экономика. 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23120341>. (21.03.2023)
8. China NBS / Бюллетень по реформированию системы учета ВВП и выпуска данных в Китае: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [finance.qq.com](http://finance.qq.com) , [sina.com.cn](http://sina.com.cn). (09.03.2023)

© В.В.Колесников, И.Н.Макаров, А.П.Хомутцова, 2023

УДК 338

# КОНТРОЛЛИНГ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**ЧЕЛАК СВЕТЛАНА ВАСИЛЬЕВНА**к.э.н., доцент  
СПбГЭУ, кафедра «Экономической безопасности»

**Аннотация:** в статье дано определение сущности контроллинга, описаны его основные задачи и функции. Рассмотрен контроллинг как инструмента обеспечения экономической безопасности организации, который предполагает тесную взаимосвязь деятельности между ее структурными элементами, ориентированную на основные аспекты ее функционирования, а именно на систему: стратегического управления; планирования и бюджетирования, управленческого учета с подробным анализом расходообразующих факторов, информационные потоки, мониторинг и анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта.

**Ключевые слова:** контроллинг, экономическая безопасность, финансовая деятельность, цели, оценка, анализ, проблемы.

## INNOVATIVE POLICY OF NANOTECHNOLOGY DEVELOPMENT AND RISKS, IN THIS FIELD OF ACTIVITY

**Chelak Svetlana Vasilyevna**

**Abstract:** the article defines the essence of controlling, describes its main tasks and functions. Controlling is considered as a tool for ensuring the economic security of an organization, which assumes a close relationship of activity between its structural elements, focused on the main aspects of its functioning, namely the system of: strategic management; planning and budgeting, management accounting with a detailed analysis of cost-generating factors, information flows, monitoring and analysis of the results of financial and economic activities of an economic entity

**Key words:** controlling, economic security, financial activity, goals, evaluation, analysis, problems.

Для принятия точных управленческих решений, необходимо изучать условия функционирования предприятия и выбирать оптимальный вариант на основе анализа альтернативных вариантов и установленных целей. Современные предприятия становятся все более сложными из-за научно-технического прогресса и высокой динамичности внешней и внутренней среды, поэтому необходимо использовать новые методологии управления.

Контроллинг – это концепция экономического управления, которая позволяет выявлять возможности и риски, связанные с получением прибыли на рынке. Целью внедрения системы контроллинга является построение эффективной системы принятия, реализации, контроля и анализа управленческих решений на предприятии [1, с. 455]. Отдел финансового контроллинга на предприятии может улучшить финансово-хозяйственную деятельность и стать основой для анализа и принятия управленческих и производственно-хозяйственных решений. Создание эффективной системы контроллинга в современных экономических условиях имеет объективные предпосылки и способствует стабильному функцио-

нированию и экономической безопасности предприятия. Однако существует проблема неэффективности системы контроллинга, которая может быть решена путем совершенствования системы финансового контроллинга.

Контроллинг – это информационно-аналитическая система, помогающая субъекту управления обеспечить стабильность работы в долгосрочной перспективе [2, с. 20]. Его эффективное функционирование может повысить эффективность деятельности субъекта и обеспечить экономическую безопасность. Несмотря на то, что ученые уже изучили сущность контроллинга и обосновали его принципы и условия использования, внедрение системы контроллинга на предприятиях требует дополнительного исследования. Цель этого исследования заключается в определении сущности контроллинга, основных принципов его внедрения на отечественных предприятиях, а также в разработке практических рекомендаций для улучшения механизма его применения. Результаты исследования показали, что низкий уровень менеджмента является одной из причин кризисной ситуации на многих отечественных предприятиях, и отсутствие эффективной системы контроллинга является существенным фактором, который приводит к принятию неправильных управленческих решений. Современные предприятия сталкиваются с множеством факторов, таких как обострение конкуренции, на рынке, нестабильность внешней среды и изменение технологий, поэтому необходимо искать новые способы управления [3, с. 860].

Внедрение финансового контроллинга на предприятии может быть важным инструментом для улучшения управления. Финансовый контроллинг включает координацию и разработку финансовой стратегии, планирование бюджета и внутренний контроль, а также методологическое обеспечение и внутренний консалтинг. Он помогает предприятию идентифицировать и устранять слабые места и угрозы, а также реализовывать возможности и сильные стороны. В условиях нестабильности внешней среды важно иметь эффективный механизм внутренней коммуникации и специальную систему информационного обеспечения управления, которые также могут быть обеспечены через внедрение контроллинга. Он может помочь решить различные проблемы управления, включая определение экономических показателей, выбор методов и средств для обработки информации, определение ответственных лиц и сроков сбора и передачи информации, а также установление целей передачи информации [4, с. 260].

Контроллинг может быть важным компонентом в управлении предприятием в условиях кризиса, особенно в настоящее время, когда многие отечественные компании сталкиваются с проблемами из-за нестабильности национальной экономики. В последнее время руководители предприятий испытывают трудности в поиске и применении эффективных методов управления, которые помогут им успешно справляться с кризисными явлениями. Внедрение системы контроллинга на предприятии может решить множество проблем, таких как адаптация системы управления к изменяющимся условиям рынка, улучшение информационной поддержки управленческих решений, повышение координации деятельности различных подразделений предприятий, создание эффективной коммуникационной системы, обеспечение эффективности мониторинга деятельности предприятия, а также создание подсистем планирования, организации, контроля, ориентированных на удовлетворение потребностей потребителей, и обеспечение конкурентоспособности и успешного развития предприятия на рынке.

Внедрение системы контроллинга предоставляет компании и ее сотрудникам ряд преимуществ, включая возможность реальной оценки финансовой стабильности и потенциала компании, предвидение перспектив развития и принятие стратегических решений, повышение конкурентоспособности и предоставление оперативной информации о текущем состоянии ключевых показателей деятельности компании. Бухгалтерский, управленческий и налоговый учет, оперативное планирование и формирование отчетов, а также моделирование различных вариантов развития рынка и бизнеса могут осуществляться финансовым директором и главным бухгалтером [5, с. 80]. Остальные сотрудники компании могут также воспользоваться системой контроллинга для получения информации о деятельности компании, принятия обоснованных решений и эффективного выполнения работы. Использование контроллинга может способствовать улучшению управления предприятием в условиях нестабильности национальной экономики, повышению координации и коммуникации внутри компании, обеспечению конкурентоспособности и успешному развитию на рынке, а также обеспечению экономической безопасности



и достижению основных производственно-финансовых результатов.

Отдел контроллинга является одним из ключевых инструментов обеспечения экономической безопасности предприятия. Он обеспечивает систематический и целенаправленный контроль за деятельностью компании, что позволяет выявлять возможные риски и принимать своевременные меры для их минимизации.

В рамках своей работы отдел контроллинга проводит анализ финансовых, операционных и других данных, которые могут оказать влияние на экономическую безопасность предприятия. Он также осуществляет планирование и прогнозирование бизнес-показателей, анализирует факторы риска и разрабатывает стратегии по их снижению.

Кроме того, отдел контроллинга может проводить аудит внутреннего контроля и управления рисками, чтобы обнаружить возможные проблемы и рекомендовать меры для их решения. Он также может участвовать в разработке и внедрении системы управления рисками на предприятии.

#### Список источников

1. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / пер. с нем.; под ред. и с предисл. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 800 с
2. Фрайберг Ф. Финансовый контроллинг. Концепция финансовой стабильности фирмы / Ф. Фрайберг // Финансовая газета. – М., 1999. – № 13- 26; 2000. – № 1-24.
3. Беляева Г. В., Подмолодина И. М., Воронин В. П. Контроллинг в системе управления экономической безопасностью хозяйствующего субъекта // Экономика и предпринимательство. 2018. № 4(93). С. 849–854.
4. Гусева Л. И. Контроллинг в обеспечении экономической безопасности предприятия // Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. (г. Воронеж, 27 августа 2020 г.) / ВГУ. Воронеж, 2021. С. 259– 263.
5. Гусева Л. И. Организационно-методическое обоснование функционирования контроллинга // Современная экономика: проблемы и решения. 2020. № 5 (125). С. 81–89.

УДК 338.2

# ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

СУББОТИН ДЕНИС ВАЛЕРЬЕВИЧ,

студент

АЛТЫНБАЕВА ЛЮДМИЛА ЕВГЕНЬЕВНА

к.э.н., доцент

Стерлитамакский филиал Уфимского университета науки и технологий,  
г. Стерлитамак

**Аннотация:** внешнеэкономическая безопасность РФ на сегодняшний день одна из наиболее актуальных проблем. Сохранение стабильного роста макроэкономических показателей, защищенность сфер социально-экономического сектора от внешних угроз одна из главных задач государства. В статье приведены факторы определения внешнеэкономических угроз, а также представлены направления, с помощью которых можно снизить их негативное влияние.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, внешнеэкономическая угроза, факторы, проблемы, государство.

## PROBLEMS OF FOREIGN ECONOMIC SECURITY OF THE RUSSIAN FEDERATION AT THE PRESENT STAGE

Subbotin Denis Valerievich,  
Altynbaeva Lyudmila Evgenievna

**Abstract:** the foreign economic security of the Russian Federation is one of the most urgent problems today. Maintaining a stable growth of macroeconomic indicators, protecting the socio-economic sector from external threats is one of the main tasks of the state. The article presents the factors for determining foreign economic threats, as well as the directions with which you can reduce their negative impact.

**Key words:** economic security, foreign economic threat, factors, problems, state.

Современная национальная экономика любого государства является частью международной финансовой системы. Тесная взаимосвязь множества элементов имеет положительные факторы, способствующие формированию деловых партнерств, созданию экономических союзов и т.д. Однако взаимодействие множества национальных экономик может иметь и негативный окрас, выражающийся в кризисах, экономических спадах и санкциях. Негативное воздействие международной системы в целом и отдельных экономик представляет собой определенные угрозы внутренней системе государства. Рассмотрим современные проблемы и угрозы экономической безопасности России.

Экономическая безопасность представляет собой комплекс мероприятий для устойчивого развития экономической системы государства. Экономическая безопасность в России – это сложная система, представленная множеством институтов, включающих министерства и ведомства на различных уровнях власти. Основной задачи всей инфраструктуры является защита суверенных экономических интересов государства, развитие свободной конкуренции и предпринимательства, активная экспортная политика, формирование международных экономических коалиций и союзов. Важно отметить, что от того, как сложатся отношения государства с другими странами не только в экономическом, но и в поли-

тическом аспекте, зависит внутренняя социально-экономическая стабильность, развитие производств и качество жизни граждан [2].

Учитывая, что одним из ключевых индикаторов экономической безопасности является стабильный рост экономики государства, рассмотрим показатель ВВП РФ (рис. 1) [4].



*1) Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы "JDEMETRA+". При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.*

**Рис. 1. Динамика производства ВВП в России**

По данным Росстата, объем ВВП России за I квартал 2022 г. составил в текущих ценах 34629,2 млрд рублей. Индекс его физического объема относительно I квартала 2021 г. составил 103,5%, относительно IV квартала 2021 г. – 80,8%. Индекс-дефлятор ВВП за I квартал 2022 г. по отношению к ценам I квартала 2021 г. составил 123,4%. Так, согласно полученным данным, можно сделать вывод о сохранении устойчивого тренда производства ВВП РФ за период 2015-2016 г.г.

Учитывая, что экономика России занимает значимое место в мировой экономике, следует и высокая подверженность экономическим угрозам, понимая под угрозами совокупность факторов, формирующих вероятность нанесения любого ущерба социально-экономическому и политическому строю страны. Перечень таких угроз содержится в Указе Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [1]. Согласно документу, основными внешнеэкономическими угрозами России являются [3]:

- развитая инновационная сфера зарубежных стран и недостаточный развития ее в России на современном этапе выступает как инструмент глобальной конкуренции;
- рост международных задолженностей и усиление структурных дисбалансов в мировой финансовой системе, применение дискриминационных мер и санкций по отношению к России;
- усложнение политической ситуации, повышение конфликтного потенциала как в политической, так и в экономической сферах;
- ограничение российского несырьевого экспорта как следствие отсутствия российских несырьевых компаний в числе мировых лидеров;
- недостаток финансирования частного бизнеса, реального производства, неблагоприятный инвестиционный климат;
- высокий зарубежный спрос на квалифицированные отечественные кадры.

Согласно основному действующему документу в области обеспечения экономической безопасности страны «Стратегии экономической безопасности РФ до 2030 года», были выделены ключевые направления обеспечения экономической безопасности:

- \* создание экономических условий для разработки и внедрения современных технологий, стимулирования инновационного развития, а также совершенствование нормативно-правовой базы в этой сфере;

- \* устойчивое развитие национальной финансовой системы;

- \* сбалансированное пространственное и региональное развитие Российской Федерации, укрепление единства ее экономического пространства;

- \* повышение эффективности внешнеэкономического сотрудничества и реализация конкурентных преимуществ экспортно ориентированных секторов экономики;

- \* обеспечение безопасности экономической деятельности;

- \* развитие человеческого потенциала.

Учитывая выделенные направления, сформируем основные меры по преодолению внешнеэкономических угроз, среди которых:

- укрепление валютного контроля;

- расширение правового обеспечения экономической безопасности;

- внедрение целевых программ антикризисных мер как для страны, так и для отдельных субъектов в частности;

- поддержка реального сектора производства на внутреннем рынке.

Важно отметить, что преодоление проблем и угроз экономической безопасности государства задача сложная и многогранная. По мнению исследователей-экономистов, решение проблемы экономической безопасности заключается в анализе ее как системы в целом и отдельных частей, состоящих из международного, межгосударственного, национального, регионального и локального уровней. Экономика, прежде всего, состоит из экономико-правовых отношений, поэтому следует уделить большое внимание партнерским соглашениям, отказу от недобросовестной конкуренции, снижению конфликтных настроений и поиск компромиссов.

#### **Список источников**

1. Указ Президента Российской Федерации о стратегии экономической безопасности России на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://neftegaz.ru/> (дата обращения: 11.07.2018).

2. Манахова И.В. Цифровое будущее и глобальная экономическая безопасность // Экономическая безопасность и качество. 2018. № 1 (30). С. 6-12.

3. Манахова И.В., Кудайкулов М.К. Глобальные вызовы и риски экономической безопасности // Экономическая безопасность России: вызовы XXI века: мат. междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. И.А. Сушкова. Саратов, 2016. С. 170.

4. Состояние внешнеэкономической безопасности России и направления ее обеспечения в современных условиях/ Публикация научных статей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rostjournal.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).

© Субботин Д.В., Алтынбаева Л.Е., 2023 г.

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 338

# НЕТИПИЧНЫЙ КРИЗИС: МЕХАНИЗМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ, СЦЕНАРИИ

РЯБИКИНА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА,

ст. преподаватель

ОСЬКИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА,

ОЛЕХОВА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

**Аннотация:** В статье рассмотрена тема о нетипичном экономическом кризисе России в 2023. Проанализирована адекватная оценка экономических потерь, обстоятельства, которые подавляют естественную реакцию экономики на факторы кризиса. Экономический кризис, проявляющийся в значительном сокращении валового продукта и доходов граждан, является проявлением дисбаланса, сложившегося в экономике. Так же рассмотрены четыре основных факторов, которые существенно смягчили эффект санкционного шока. Макроэкономическая ситуация в 2023 году будет принципиально отличаться от 2022 года в России. Основным фактором макроэкономического риска в 2023 году является истощение немонетарных источников макроэкономической стабильности. Так же посмотрим, как неопределенность оказывает огромное влияние на поведение экономических операторов и экономическую политику. И как изменится экономическая политика в 2023 году с новыми рисками неопределенности.

**Ключевые слова:** экономика, кризис, санкции, экономическая статистика, финансы, риски.

## ATYPICAL CRISIS: MECHANISMS, CONSEQUENCES, SCENARIOS

Ryabkina Elena Viktorovna,

Oskina Yana Sergeevna,

Olehova Polina Sergeevna

**Abstract:** The article deals with the topic of an atypical economic crisis in Russia in 2023. An adequate assessment of economic losses, circumstances that suppress the natural reaction of the economy to crisis factors are analyzed. The economic crisis, which manifests itself in a significant reduction in the gross domestic product and incomes of citizens, is a manifestation of the imbalance that has developed in the economy. Four main factors that significantly mitigated the effect of the sanctions shock are also considered. The macroeconomic situation in 2023 will be fundamentally different from 2022 in Russia. The main macroeconomic risk factor in 2023 is the depletion of non-monetary sources of macroeconomic stability. Let's also look at how uncertainty has a huge impact on the behavior of economic operators and economic policy. And how economic policy will change in 2023 with new risks of uncertainty.

Падение российской экономики в 2022 году оказалось в несколько раз меньше, чем прогнозировали абсолютно все экономисты и эксперты, включая российский центральный банк и международные организации. Однако, вопреки распространенному мнению, фактические потери российской экономики в результате вторжения в Украину и беспрецедентных международных санкций составили в 2022 году 5,5-6% ВВП. К концу 2021 года в результате посткризисного восстановления и роста экспортных поставлений экономика достигла темпов роста выше 5%, и хотя в 2022 году ожидалось замедление ро-

ста, ежегодный рост в 3% выглядел вполне реалистично. Таким образом, адекватная оценка экономических потерь - это разница между ожидаемым ростом и фактическим падением.

Парадокс нынешней ситуации заключается в том, что показатели российской экономики, которые выглядят гораздо лучше, чем ожидалось, не свидетельствуют о том, что экономика устойчива к факторам кризиса. Они указывают на то, что существуют обстоятельства, которые подавляют естественную реакцию экономики на эти факторы. Таким обстоятельством в 2022 году стали аномальные доходы от экспорта энергоносителей. Экономика "не справилась с санкциями", ощутив их в малой степени благодаря действию зафиксированных обстоятельств. Экономический кризис, проявляющийся в значительном сокращении валового продукта и доходов граждан, является проявлением дисбаланса, сложившегося в экономике. Это болезненный эффект, который подталкивает субъектов экономики и общество в целом к поиску путей устранения подобных дисбалансов.

#### ***Нетипичный сценарий кризиса***

Неблагоприятные события, вызывающие кризис, обычно провоцируют резкий отток капитала из страны и обесценивание национальной валюты. В ответ на это жители совершают "набег на банки" в попытке спасти свои сбережения, что провоцирует кризис финансовой системы. Резкое сокращение объема кредитов приводит к остановке производства и неспособности предприятий выполнять контракты. Кроме того, дефицит текущего счета вынуждает государство и хозяйствующие субъекты сокращать свои обязательства, уменьшать расходы, что приводит к дальнейшему снижению экономической активности, падению спроса и росту безработицы. Однако в случае России в 2022 году основным фактором, предотвратившим такой сценарий, стали исключительно высокие доходы экономики от экспорта энергоносителей. Кроме того, негативный шок от санкций (обвал импорта, сокращение связей с западными экономиками, отток капитала) сопровождался дальнейшим увеличением этих доходов за счет дальнейшего роста цен на энергоносители. Это стало главным антикризисным фактором, действующим в обратном направлении.

#### ***Доходы, акции, сильный рубль и бюджетные стимулы***

Четыре основных фактора существенно смягчили эффект санкционного шока. Прежде всего, это высокие доходы от экспорта нефти и газа: в стоимостном выражении они выросли почти в полтора раза. Руководство Федеральной таможенной службы сообщило, что в 2022 году в целом российский экспорт сырья увеличился на 18% в стоимостном выражении. Ожидалось, что он достигнет 580 млрд долларов, что является абсолютным рекордом.

Вторым фактором стали накопленные резервы и финансовые резервы, созданные на конец 2021 года. Как уже упоминалось, восстановление после "пузырей" и рост цен на энергоносители позволили экономике достичь темпов роста в 5% к концу 2021 года. Экономические операторы формировали запасы на основе роста. Чистый финансовый результат предприятий к концу 2021 года был примерно в три раза выше, чем результат предыдущего. Это повысило их устойчивость к воздействиям. Резкое снижение прибыли корпоративного сектора стало очевидным только в третьем квартале 2022 года.

Третьим фактором стала активная переориентация внешней торговли на страны, не присоединившиеся к санкциям. Наличие финансовых ресурсов и крепкий рубль позволили быстро увеличить поставки импорта по новым каналам. Укрепление рубля, вызванное ростом положительного сальдо торгового баланса, увеличило финансовые ресурсы корпоративного сектора в долларовом выражении, что стало основной причиной быстрого восстановления импорта.

Наконец, четвертым фактором стало значительное увеличение государственных расходов, которые выросли на 25% по сравнению с предыдущим годом.

#### ***Устойчивость производства и скрытое перераспределение.***

Фактор запасов сыграл огромную роль на первом этапе кризиса, в результате чего во втором квартале 2022 года было показано увеличение запасов оборотного капитала до 1,1 трлн. руб. меньше, чем годом ранее. Это позволило предприятиям справиться с первоначальным шоком. Кроме того, резкое сокращение импорта стимулировало процессы импортозамещения. В экономической статистике они отражаются как рост производства в соответствующих отраслях, но в то же время это потери для благосостояния граждан: они вынуждены заменять недополученные импортные товары другими, кото-

рые ранее казались им неоптимальными по цене и качеству. Стандартная экономическая статистика не отражает этих потерь, но расчеты показывают, что в целом они достигают весьма значительного диапазона. Следует иметь в виду, что в условиях ограниченной конкуренции имеющегося импорта эти потери со временем будут возрастать.

### ***Кризис позади или впереди?***

Макроэкономическая ситуация в 2023 году будет принципиально отличаться от 2022 года. 2022 год был годом импортных санкций, разрушения и реструктуризации цепочек поставок в условиях перефинансирования и огромного притока валютной выручки. Напротив, 2023 год будет годом относительно адаптированных цепочек поставок, но в то же время годом снижения экспортной выручки и валютного финансирования в условиях постоянного дефицита бюджета. В этом смысле 2023 год может оказаться гораздо больше, чем типичный кризисный эпизод, когда экономика страдает от сокращения притока капитала, давления девальвации и растущих проблем с финансированием всей экономики - как банковской, так и производственной. Основным фактором макроэкономического риска в 2023 году является истощение немонетарных источников макроэкономической стабильности. Достижение прогнозируемого уровня нефтегазовых доходов в 8 трлн долларов в 2023 году выглядит все более проблематичным. Так, в январе 2023 года доходы бюджета сократились на треть по сравнению с январем прошлого года, а расходы выросли на 60%. Фискальный стимул, который был использован в этом году и сдержал рецессию, будет трудно обеспечить в следующем году без инфляционных последствий. А попытки мобилизовать внутренние займы, превышающие запланированные 3 триллиона рублей, потребуют слишком активного вовлечения пирамиды рефинансирования ОФЗ в операции РЕПО с российским банком.

Следовательно, для реализации планов по финансированию бюджетных расходов придется привлекать из ФНБ не 3 триллиона рублей, а 6 триллионов, которые в текущих условиях также можно отнести к монетарному финансированию дефицита бюджета. Это создаст риск перехода инфляции в рост, и ЦБ будет вынужден повысить ставку рефинансирования. Учитывая инерцию инфляционных процессов и наличие финансовых ресурсов в государственном и корпоративном секторах, шансы пройти 2023 год без разрушения финансовой стабильности сохраняются, но в ближайшие годы, без существенного сокращения государственных расходов, она будет фатально разрушена.

Помимо оттока капитала, определяющего дефицит инвестиционных средств, еще одним ограничением финансирования в реальном секторе станет "вытеснение инвестиций", то есть их замена государственными займами. Здесь пересекаются несколько процессов: с одной стороны, увеличение долгового финансирования дефицита бюджета, с другой - выход иностранных инвесторов как из валютных, так и из рублевых государственных облигаций. Это означает, что властям придется не только предоставлять дополнительные чистые кредиты, но и замещать иностранный капитал, уходящий с рынка государственного долга, дополнительными внутренними займами.

### ***Неопределенность и необратимые изменения***

Еще одним важным фактором, который редко учитывается в экономических прогнозах, но на самом деле оказывает огромное влияние на поведение экономических операторов и экономическую политику, является неопределенность. Этот фактор трудно измерить, но высокая неопределенность толкает предприятия откладывать решения об инвестициях и найме сотрудников, банки - повышать процентные ставки по кредитам, включая дополнительные риски, а граждан - накапливать сбережения, сокращая потребительские расходы. Кроме того, неопределенность резко снижает эффективность инструментов экономической политики, поэтому правительство и центральный банк вынуждены прибегать к все более жестким мерам.

В 2022 году уровень неопределенности был самым высоким со времен дефолта 1998 года, что отразилось в рекордных масштабах колебаний курса доллара и многократном пересмотре оценок годового снижения ВВП. Но в следующем году влияние неопределенности изменит свой знак. И это увеличит риски, связанные с экономической политикой. Сейчас мало кто может сказать, будут ли в ближайшее время повышены налоги, какие новые санкции будут введены и какие действия будут вынуждены предпринять российские власти в ответ на меняющиеся условия рынка.



## Список источников

1. Саурбаева А.И., "ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ", 2023г
2. Аникин А. / Финансовый кризис и мировая экономика / МЭиМО; 1999г.- №4.
3. Свиридов Н.Н., Грабова О.Н. Актуальные проблемы экономики современной России: наблюдения и рассуждения // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2013. – Т.19. - №5
4. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020
5. Сайт Банка России [<https://www.cbr.ru> ]
6. Сайт Минфин России [<https://minfin.gov.ru> ]

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ

УДК 321.022

# НЕФОРМАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ВОЛКОВ ГЛЕБ ВИКТОРОВИЧ**

аспирант

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

*Научный руководитель: Гришин Олег Евгеньевич**кандидат политических наук, доцент**ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»*

**Аннотация:** неформальные политические институты являются неотъемлемой составляющей любого общества [1, с. 12]. Культурные особенности, включающие в себя правовую культуру, отношения между государством в лице государственных органов и частными лицами, а также отношение общества к власти, эффективность и гибкость законодательства, авторитет власти - все эти, а также иные факторы формируют «теневую сторону» политических процессов и образуют неформальные политические институты. Формирование политической системы Российской Федерации не происходило системно, но было следствием распада Советского Союза и необходимости внедрения новых «правил игры» с учётом меняющихся политико-правовых, так и социально-экономических реалий. Автор предпринимает попытку определить роль неформальных политических институтов в Российской Федерации. Особое внимание автор уделяет взаимодействию формальных и неформальных политических институтов.

**Ключевые слова:** неформальные политические институты, формальные политические институты, Российская Федерация, клиентелизм, неопатримониализм, коррупция, политическая система.

## INFORMAL POLITICAL INSTITUTIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION AND ITS ROLE IN THE MODERN POLITICAL SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Volkov Gleb Viktorovich***Scientific adviser: Grishin Oleg Evgenievich*

**Abstract:** Informal political institutions are an integral part of any society. Legal culture, relations between the public and private persons, the effectiveness and flexibility of legislation - all these factors form the "shadow side" of political processes and form informal political institutions. The formation of the political system of the Russian Federation did not occur systematically, but was a consequence of the collapse of the Soviet Union and the need to introduce new "rules of the game", taking into account the changing political, legal, and social and economic realities. The author makes an attempt to determine the role of informal political institutions in the Russian Federation. The author focuses on the interaction of formal and informal political institutions.

**Key words:** informal political institutions, formal political institutions, Russian Federation, clientelism, neopatrimonialism, corruption, political system.

Неформальные политические институты как предмет исследования в рамках политологии появился сравнительно недавно. В странах западной Европы и США институциональные исследования проводились с середины XX в., в работах российских исследователей данная тематика становится предметом изучения начиная с 1990-х годов.

Такое пристальное внимание к неформальным политическим правилам обусловлено их первоочередной ролью в политических процессах, происходящих в государстве. Подобные разрозненные неформальные правила постепенно приобретали более устойчивый характер и становились институтами. Исследование указанной тематики, в отличие от изучения законодательства или государства в лице государственных органов, институтов, учреждений, представляется более сложной задачей. Государство реализует свою деятельность через органы государственной власти, государственные органы, компетенция которых, как правило, прописывается в законодательстве и правоустанавливающих документах. Большинство правовых норм имеют формальный характер и содержатся в законах и подзаконных актах, актах органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, судебных решениях. В некоторых случаях применяются нормы обычного права, что имеет место на Кавказе, в местах компактного проживания коренных малочисленных народов России, коренных народов стран Латинской Америки, Индонезии и иных стран. В большинстве стран преобладают нормы позитивного права. Изучение явлений, имеющих формально выраженный структурированный характер, осуществляется ещё с древнейших времен.

Изучение генезиса, сущности и существования права и государства находит место уже в трудах древнеримских правоведов, получает развитие в концепциях представителей различных юридических школ и выражается в создании различных концепций создания государства. Отсюда проистекает идея разделения властей, появления различных органов государственной власти с чётким распределением компетенций и ответственности, мер сдерживания. Неформальные институты не закреплены законодательно, не имеют четких зафиксированных характеристик, но являются неотъемлемой частью происходящих в государстве политических процессов. Их значение зависит от таких факторов, как эффективность функционирования государственных органов, прозрачность системы выборов, уровень авторитета власти, степени эффективности принимаемых нормативных и ненормативных актов. Поэтому о разностороннем изучении неформальных политических институтов можно говорить только в середине XX века, а в России - после 1991 г. [2, с. 82].

Согласно типологии, представленной Гр. Хелмке и Ст. Левитски [3, с. 196] неформальные институты могут выполнять различные функции, к примеру дополняющие неформальные институты имеют характер эффективных институтов и направлены на дополнение существующих норм и правил, то есть на поддержание формальных политических институтов. Деятельность конкурентных и аккомодационных неформальных политических институтов направлена не на поддержание формальных политических институтов, но, напротив, на параллельное создание действующих неформальных политических правил.

Так, аккомодационные неформальные институты напрямую не противоречат закону, но противны духу права. К их числу относят блат, назначение преемника президента. Конкурентные неформальные институты создаются и сосуществуют с неэффективными формальными институтами, выполнение неформальных правил приводит к нарушению предписанных законом норм права. К числу конкурентных неформальных институтов относят коррупцию, политику клиентелизма, клановость.

Их развитие прямо пропорционально неисполнению неэффективных официальных предписаний. Замещающие неформальные институты, подобно дополняющим, направлены на достижение результатов, совместимых с установленными правилами формальных институтов. Данный инструмент возникает в случаях, когда у официальной власти недостаточно авторитета и силы для исполнения выносимых решений.

Говоря о генезисе и становлении неформальных политических институтов в России следует обратить внимание, что становление государственности осуществлялось отнюдь не стабильно. Внешнеполитические трудности после распада СССР и получение РСФСР статуса правопреемника Советского Союза в международном сообществе, переустройство страны в виде смены политического режима и

переход от плановой к рыночной экономике, наличие внешнего государственного долга, внутренние разногласия в стране в совокупности с угрозой сецессии ряда субъектов из состава России, бедность населения стали факторами для благоприятного развития теневой сферы политических процессов. Поскольку основные силы правительства были направлены на сохранение государственной целостности, а формальные правила еще не были сформулированы, начался активный процесс неформальных политических институтов.

Поскольку политическая система только что получившей государственность Российской Федерации не отличалась такой характеристикой как устойчивость, то говорить о создании ряда эффективных неформальных политических институтов не приходится. Напротив, проблемы, назревавшие в Советском Союзе и обострившиеся в связи с его распадом, стали благодатной почвой для формирования институтов неэффективных, а по справедливому утверждению В.Я Гельмана [1, с. 12], институтов, имеющих подрывной характер.

Так, система блата, предполагающая удовлетворение частных потребностей посредством использования личных связей, приобрела более широкие рамки действия в России после 1991 года.

Реализация подобного неформального института зачастую находит отражение в различных трудовых отношениях, начиная с возможного трудоустройства до продвижения по карьерной лестнице. [4, с. 101].

Конкурентные неформальные политические институты зачастую находили базис в «пробелах» законодательства или коллизиях правовых норм. Впоследствии такие «пробелы» или коллизии устранялись, но механизм функционирования такого неформального института был уже запущен и наблюдалось номинальное существование норм и реально действующий «теневой» институт.

Характеризуя коррупцию не просто как неформальный политический институт, но национальную проблему, следует определить её характеристики в широком и узком смыслах.

В широком смысле коррупция является разложением морально-ценностных ориентиров у участников публично-правовых отношений: как публичных, так и частных лиц. В узком понимании действия, в которых усматривается коррупционный элемент, предполагают злоупотребление должностным лицом своими полномочиями для достижения личных целей.

В этой связи интересной позицией является мнение Я.Ю. Старцева, рассматривающего коррупцию в институциональном контексте [5, с. 81]. По его справедливой оценке, зачастую при изучении данного института исследователи рассматривают коррупцию как единое явление. Далее Я.Ю. Старцев подчеркивает, что коррупция может иметь множество проявлений в различных практиках и институтах.

Такое «моделирование» или же «схематизация» приводят к сильному обобщению таких практик и предлагает типичные методы противодействия, которые могут являться неэффективными в ряде сфер.

Коррупция зачастую на индивидуальном уровне представляет собой злоупотребление должностным лицом своими полномочиями в целях достижения материальной выгоды. Подобные проявления коррупции могут находить отражения в различных публично-правовых отношениях. [6, с.98].

Устойчивость коррупции обусловлена не столько проблемами формирования государственности и законодательства России в 1990-е годы, сколько предопределена историко-правовыми традициями, которые берут корни ещё в XV в.

Устойчивость и разнообразие её проявлений создаёт обширный пласт теневых структур, а коррупция выступает в качестве основного «симптома», который законодатели и правоприменители стремятся устранить посредством точечных ударов в виде ужесточения уголовного законодательства и мер наказания за совершенное преступление коррупционного характера. Но, как и любая «болезнь», коррупция не может быть «излечена» посредством устранения симптоматики, но, напротив, требует всесторонне изучения «истории болезни» и определения способа лечения с учётом особенностей в каждой ситуации.

Важно отметить, что коррупция имеет глубокие исторические корни, и основана на формировании управления на местах и обеспечивается механизмами личной взаимосвязи, что выявляет такой неформальный институт как клиентелизм, именуемый также патрон-клиентские связи [7, с. 72].

С одной стороны, в Российской Федерации есть разработанное законодательство, которое определяет порядок формирования, функционирования, роспуска или иной формы отстранения от вы-

полнения своих полномочий органов государственной власти и государственных органов. С другой стороны, имеется ряд негласных «правил игры», которые не соответствуют декларируемым нормам, что в конечном итоге приводит к искаженному пониманию права и дефектам функционирования законодательства.

Так, Федеральным законом противодействия коррупции [8, с. 6228] предусмотрен ряд ограничений для государственных и муниципальных служащих и лиц, претендующих на замещение должностей, определенных п. 1 ст. 8 указанного нормативного правового акта. Среди таких ограничений указаны наличие иностранного гражданства или вида на жительство, запрет иметь иностранные счета, обязанность подавать декларацию доходов, а для ряда должностей также декларацию расходов. В круг лиц, на которых распространяется действие закона, входят государственные и муниципальные служащие, их супруги и их несовершеннолетние дети. С одной стороны, подобное определение категорий лиц кажется совершенно логичным, поскольку ведение хозяйства, как правило, имеет место в рамках семьи. С другой стороны, коррупция как результат взаимодействия клановых элитарных кругов может быть основана не только на кровнородственных связях, и к их числу могут быть отнесены не только супруги и несовершеннолетние дети, но также иные члены семьи должностных лиц, но также на личных доверительных отношениях [9, с. 27].

Таковыми категориями отношений могут выступать дружба, взаимодействия между бывшими сослуживцами или учениками, студентами и даже преподавателями учебных заведений.

Если говорить о кровнородственных связях в рамках преступных деяний, содержащих коррупционный элемент, то цепочка участников может быть восстановлена достаточно быстро. Если же говорить об иных формах взаимодействия, то они строятся на доверительных отношениях и отследить участников подобных преступлений представляется более сложной задачей.

Подобного рода отношения основаны на авторитете, и зачастую для продвижения по службе будут иметь ключевую роль блат, а также личная преданность нанимаемых лиц, их лояльность проводимой руководством политике.

Патримониализм может характеризоваться высоким уровнем устойчивости, поскольку связанный такими отношениями круг лиц имеет двустороннюю выгоду: патроны идут на компромиссы с клиентами, обеспечивая тем самым лояльность последних.

Ситуация может осложняться «непрозрачностью» процедур, связанных с неформальным взаимодействием государственных органов. Наличие множества нормативных и ненормативных актов, а также инструкций, писем и распоряжений формируют серьезный массив документов, которые могут противоречить друг другу, иметь взаимные ссылки, зачастую создают ряд сложностей для определения компетенции, порядка функционирования государственного органа и межведомственного взаимодействия. Законодательные противоречия и коллизии в совокупности с низкой эффективностью таких процедур создаёт основу для укрепления клиентелизма и коррупции.

Как отмечает К.В. Мельников, традиционные формы господства постепенно отмирают, однако клиентелизм как одно из его проявлений, остаётся актуальным проявлением неопатримониальных режимов [7, с. 74]. Клиентарно-патронажная сеть, создаваемая вокруг президентской власти, характерна как для России 1990-х годов, так и для Казахстана, Кыргызстан и ряда иных постсоветских республик. Некоторые исследователи подчёркивают ведущую роль клиентелизма в России, начиная уже с XV века [11, с. 188]. Приобретая всё новые формы, трансформируясь в условиях социально-политических процессов, клиентелизм становится сетью, которая напрямую воздействует на административную систему России [10, с. 34].

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что клиентелизм становится не только характерной чертой, но также основополагающим параметром для неопатримониальных стран. В контексте клиентелизма, системы блата формируется новый гибридный режим клиентелизма, когда имеется большое число «клиентов», которые лояльны одному «патрону». Трансформируясь с учётом реалий политической жизни в стране, неформальные политические институты проходят разные периоды становления, порой вступая в конфликты с другими институтами. Подобное столкновение может стать причиной создания новых неформальных практик и институтов. Такие конфликты могут быть разреше-

ны в рамках неформального пространства, в котором различные силы правящей элиты будут решать этот вопрос с учётом больших политических ресурсов.

При усилении влияния и авторитета формальных политических институтов институциональный конфликт приведёт к ослаблению таких неформальных институтов, что в конечном итоге может привести к повышению потенциала формализованных институтов урегулирования конфликтов [2, с. 82].

После распада Советского Союза Россия столкнулась с необходимостью внесения коренных изменений практически во все сферы общественной жизни. Отсутствие эффективно действующей законодательной базы, низкий авторитет и несформированность формальных политических институтов приводили к тому, что формальные правила лишь фиксировали уже сложившиеся отношения. В иных случаях формальные нормы создавались, но носили декларативный характер. Тем самым создавались конкурентные неформальные институты, для соблюдения которых приходится зачастую нарушать законодательство. Увеличение роли формальных политических институтов ведёт к ослаблению теневых элементов. Однако важно отметить, что полностью устранить неформальные институты не только невозможно, но и неэффективно, поскольку их главной положительной характеристикой является гибкость и возможность приспособления в условиях постоянных изменений в ходе политических процессов. Однако оптимизация взаимодействия формальных и неформальных институтов представляется первоочередной задачей, которая, в конечном итоге, должна быть направлена на выполнение целей, предусмотренных законодателями и совпадать с волеизъявлением акторов политических процессов.

#### Список источников

1. Гельман В.Я. «Подрывные» институты и неформальное управление в современной России // Полития. - 2010. - № 2 (57). - С. 6-24.
2. Кольба А.И. Политическая институционализация конфликтов и взаимодействие формальных и неформальных институтов // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2012. – № 2. – С. 79-93.
3. Хелмке Гр., Левитски Ст. Неформальные институты и сравнительная политика: основные направления исследований // Прогнозис - 2007. - № 2. - С. 188-211.
4. Барсукова С.Ю., Радаев В.В. Неформальная экономика в России: краткий обзор // Экономическая социология. - 2012. – Т. 13. № 2. - С. 99-110
5. Старцев Я.Ю. Функциональный анализ коррупции с позиции теории неформальных институтов // Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции. Сборник научных трудов по итогам Всероссийской научной конференции. Екатеринбург. – 2014. – № 4. – С. 78-85.
6. Чирун С.Н. Консенсусная (сетевая) коррупция и проблемы эффективности государственной политики // Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции. – 2019. – № 1. С. 91-110.
7. Мельников К.В. Клиентелизм как определяющая черта неопатримониальных режимов // Вопросы управления.– 2017. – № 4. – С. 71-78.
8. Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. N 273-ФЗ «О противодействии коррупции» // Собрание законодательства Российской Федерации от 29 декабря 2008 г. - № 52 (часть I). - С. 6228
9. Кузьмин А.А. Институциональные аспекты проблемы борьбы с коррупцией в отечественной практике // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2018. - № 3. - С. 26-32.
10. Мардиросова И.А. Трансформация формальных и неформальных институтов и их воздействие на политическую стабильность в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. - 2012. № 1. – С. 34-36.
11. Афанасьев М.Н. Клиентелизм и российская государственность: Исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форма российской государственности, их влияния на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России. М.: Московский общественный научный фонд. – 2000. – 317 с.

© Г.В. Волков. 2023

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ



УДК 304.5

# МОГУЩЕСТВО ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ И ВОПРОС ОБ АВТОРИТЕТЕ В СОВЕТСКОМ СЕМЕЙНОМ КОЛЛЕКТИВЕ

**НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ**главный научный сотрудник, д. филос. н., профессор  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

**Аннотация.** Во время экспериментов советского педагога-новатора А.С. Макаренко среди учительства существовало представление об отсталости доктрины Ч. Ломброзо и ее неприменимости к воспитанию нового человека. В отчетных докладах на съездах партии отмечался разрыв духовности и рациональности, знания и убеждения, о котором стали говорить антисоветские философы, которые считали его пороком социалистического общества. В истории советской педагогики такой разрыв уже лежал в основе увлечения педологией в воспитании. В буржуазном обществе школа как идеологический государственный аппарат заменяла в воспитании церковь, в социалистическом обществе школа уступила главному идеологическому аппарату социалистического государства – семье. В советской педагогике возник новый круг вопросов об авторитете, дисциплине и свободе в семейном коллективе. Критики социализма вернулись к идеям Ч. Ломброзо – теории помешательства и безумия, нацистской концепции ухудшения генофонда народа.

**Ключевые слова:** педагог-новатор, отсталость доктрины, воспитание человека, духовность и рациональность, знания и убеждения, антисоветские философы, социалистическое общество, советская педагогика, педология, буржуазное общество, школа, идеологический аппарат, церковь, семья, авторитет, дисциплина и свобода, критики социализма, теория помешательства, нацистская концепция, ухудшение генофонда.

## THE POWER OF EDUCATIONAL WORK AND THE QUESTION ABOUT AUTHORITY IN THE SOVIET FAMILY TEAM

**Nekrasov Stanislav Nikolayevich**

**Annotation.** During the experiments of the Soviet innovator teacher A.S. Makarenko among the teachers there was an idea of the backwardness of the doctrine of C. Lombroso and its inapplicability to the education of a new person. Reporting reports at party congresses noted the gap between spirituality and rationality, knowledge and conviction, which anti-Soviet philosophers began to talk about, who considered it a vice of a socialist society. In the history of Soviet pedagogy, such a gap already underlay the enthusiasm for pedology in education. In bourgeois society, the school, as the ideological state apparatus, replaced the church in education; in socialist society, the school gave way to the main ideological apparatus of the socialist state - the family. In Soviet pedagogy, a new range of questions arose about authority, discipline and freedom in the family team. Critics of socialism returned to the ideas of C. Lombroso - the theory of insanity and insanity, the Nazi concept of the deterioration of the gene pool of the people.

**Key words:** teacher-innovator, backwardness of doctrine, education of a person, spirituality and rationality, knowledge and beliefs, anti-Soviet philosophers, socialist society, Soviet pedagogy, pedology, bourgeois society, school, ideological apparatus, church, family, authority, discipline and freedom, criticism of socialism, the theory of insanity, the Nazi concept, the deterioration of the gene pool.

Уже столетие назад во время творческих экспериментов советского педагога-новатора А.С. Макаренко среди городской образованной публики и у советского учительства существовало представление об отсталости доктрины Ч. Ломброзо и ее неприменимости к воспитанию человека нового общества. Сам А.С. Макаренко писал в «Книге для родителей» по этому поводу: «Среди так называемой широкой публики у нас широко распространено знание того, что теория Ломброзо ошибочна, что хорошее воспитание из любого сырого материала может выковать интересный и здоровый характер. Это правильное и симпатичное убеждение, но, к сожалению, у нас оно не всегда приводит к практическим результатам. Это происходит потому, что значительная часть наших педагогов исповедует пренебрежение к Ломброзо только в теоретических разговорах, в докладах и речах, на диспутах и конференциях. В этих случаях они решительно высказываются против Ломброзо, но на деле, в будничной практической сфере эти противники Ломброзо не умеют точно и целесообразно работать над созданием характера и всегда имеют склонность в трудных случаях потихоньку смыться и оставить природное сырье в первоначальном виде» [1, с. 64].

Разрыв между теорией и практикой составлял важную характеристику всего советского мышления в позднем или развитом социалистическом обществе. Но оказалось, что такой разрыв существовал и в переходный период от капитализма к социализму, или в период диктатуры пролетариата. В.И. Ленин писал о борьбе пять укладов и соответствующих им форм сознания. Эта борьба идет на уровне понятий и образов: «Общие фразы о свободе, равенстве, демократии на деле равносильны слепому повторению понятий, являющихся слепком с отношений товарного производства. Посредством этих общих фраз решать конкретные задачи диктатуры пролетариата значит переходить, по всей линии, на теоретическую, принципиальную позицию буржуазии. С точки зрения пролетариата, вопрос становится только так: свобода от угнетения каким классом? равенство какого класса с каким? демократия на почве частной собственности или на базе борьбы за отмену частной собственности? и т. д. Энгельс давно разъяснил в «Анти-Дюринге», что понятие равенства, будучи слепком с отношений товарного производства, превращается в предрассудок, если не понимать равенства в смысле *уничтожения классов*. Эту азбучную истину об отличии буржуазно-демократического и социалистического понятия равенства постоянно забывают» [2, с. 281].

В отчетных докладах ЦК КПСС съездам партии не раз отмечался данный разрыв, когда люди говорят одно, а думают другое. Все знали, что на кухнях говорят об одном, а на партсобраниях те же люди говорят другое. Знали это советские, а затем и антисоветские интеллигенты-философы со всей душой откликнулись на призыв партии к преодолению разрыва между знаниями и убеждениями людей и еще до перестройки писали брошюры о духовности и рациональности [3]. А один из авторов брошюры стал главным разрушителем СССР.

А.С. Макаренко в 30 гг., подводя итоги своему педагогическому опыту 20 гг., полагал, что такой разрыв и лежал в основе увлечения педологией в воспитании: «Эта линия положила начало многим завирательным писаниям и теориям. Отсюда «стала есть» и педология, отсюда, в порядке хитроумного непротивления, пошла и теория свободного воспитания, а еще естественнее пошли отсюда же обыкновенные житейские умывания рук; воздевание тех же конечностей, отмахивание теми же конечностями, сопровождаемые обычными словечками: — Ужасный мальчик! — Безнадежный тип! — Мы бессильны! — Неисправим! — Мы на него махнули рукой! — Нужен специальный режим! Уничтожение педологии, всенародный провал «свободного воспитания» произошли на наших глазах. Но неудачникам педагогам стало от этого еще труднее, ибо теперь ничем теоретическим нельзя прикрыть их практическую немощь, а если говорить без обиняков и реверансов — их непобедимую лень» [1, с. 65].

Победить Ч. Ломброзо можно только в практической работе воспитания и эту победу А.С. Макаренко обосновывает так: «Ломброзо можно смешать с грязью только единственным способом — большой практической работой над воспитанием характера. А эта работа вовсе не такая легкая, она требует напряжения, терпения и настойчивости. Многие же наши деятели чистосердечно думают, что достаточно чуточку поплясать над поверженным Ломброзо и изречь несколько анафем, и долг их выполнен. Вся эта «практическая» печаль состоит, впрочем, не из одной лени. В большинстве случаев здесь присутствует настоящее, искреннее и тайное убеждение, что, на самом деле, если человек зародился бандитом, то бандитом и издохнет, что горбатого могила исправит, что яблочко от яблони недалеко падает» [1, с. 65].

Вернемся к самому Ч. Ломброзо. В книге «Гениальность и помешательство» он сводит понимание личности и воспитание к индивидуально-уникальному безумию: «Уже в наше время сошли с ума Фарини, Бругэм, Соути, Гуно, Говоне, Гуцков, Монж, Фуркруа, Лойд, Купер, Роккиа, Риччи, Феничия, Энгель, Перголези, Нерваль, Батюшков, Мюрже, Б. Коллинз, Технер, Гольдерлин, Фон дер Вест, Галло, Спедальери, Беллинжери, Сальери, физиолог Мюллер, Ленц, Барбара, Фюзели, Петерман, живописец Вит Гамильтон, По, Улих (Uhlische), а также, пожалуй, Мюссе и Боделен. Знаменитый живописец Фон Лейден воображал себя отравленным и последние годы своей жизни провел не вставая с постели. Карл Дольче, религиозный липеманьяк (липемания -- мрачное помешательство), дает наконец обет брать только священные сюжеты для своих картин и посвящает свою кисть Мадонне, но потом для изображения ее пишет портрет со своей невесты -- Бальдуини. В день своей свадьбы он исчез, и после долгих поисков его нашли распростертым перед алтарем Богоматери. Томмазо Лойд, автор прелестнейших стихотворений, представляет в своем характере странное сочетание злости, гордости, гениальности и психического расстройства. Когда стихи выходили у него не совсем удачными, он опускал их в стакан с водой, "чтобы очистить их", как он выражался. Все, что случалось ему найти в своих карманах или что попадалось ему под руки, -- все равно, была ли это бумага, уголь, камень, табак, -- он имел обыкновение примешивать к пище и уверял, что уголь очищает его, камень минерализирует и пр. Гоббс, материалист Гоббс, не мог остаться в темной комнате без того, чтобы ему тотчас же не начали представляться привидения. Поэт Гольдерлин, почти всю жизнь страдавший умопомешательством, убил себя в припадке меланхолии в 1835 году. Моцарт был убежден, что итальянцы собираются отравить его. Мольер часто страдал припадками сильной меланхолии. Россини (двоюродный брат которого, идиот, страстно любящий музыку, жив еще и до сих пор) сделался в 1848 году настоящим липеманьяком вследствие огорчения от невыгодной для себя покупки дворца. Он вообразил, что теперь его ожидает нищета, что ему даже придется просить милостыню и что умственные способности оставили его; в этом состоянии он не только утратил способность писать музыкальные произведения, но даже не мог слышать разговоров о музыке» [4, с. 37-38].

Что касается педагогической веры А.С. Макаренко, то она была основана на уверенности и оптимизме, диалектической логике и материалистическом понимании истории, на открытии закономерностей и коллективных социальных чувств: «Я исповедую бесконечную, бесшабашную и безоглядную уверенность в неограниченном могуществе воспитательной работы, в особенности в общественных условиях Советского Союза. Я не знаю ни одного случая, когда бы полноценный характер возник без здоровой воспитательной обстановки, или, наоборот, когда характер исковерканный получился бы, несмотря на правильную воспитательную работу. И поэтому я не усомнился в том, что благородство ванькиной природы должно привести меня к естественному его источнику — к глубокой и разумной семейной педагогике» [1, с. 65].

В такой советской педагогике есть новый круг вопросов, которых нет в буржуазной и феодальной педагогике: «это вопросы об авторитете, дисциплине и свободе в семейном коллективе. В старое время вопросы эти разрешались при помощи пятой заповеди: «Чти отца твоего и мать твою, и благо твое будет, и долголетен будешь на земли». Заповедь правильно отражала отношения в семье. Почитание родителей действительно сопровождалось получением положительных благ, — разумеется, если родители сами обладали такими благами. А если не обладали, то в запасе оставалось царствие небесное. В царствии небесном блага были эфемернее, но зато лучше по качеству. На всякий же случай пятая заповедь допускала получение благ иного порядка, — благ со знаком минус. На уроках закона божия батюшки особенно подчеркивали этот вариант, который звучал приблизительно так: «Чти отца твоего и мать твою, а если не будешь чтить, за последствия не отвечаем». Последствия приходили в виде ремешка, палки и других отрицательных величин. Батюшки приводили исторические примеры, из которых было видно, что в случае непочтения к родителям или к старшим господь-бог не склонен к мягкотелости. Хам за непочтение к отцу поплатился очень серьезно за счет всех своих потомков, а группа детей, посмеявшихся над пророком Елисеем, была растерзана волчицей. Рассказывая о таком ярком проявлении господней справедливости, батюшки заканчивали: — Видите, дети, как наказывает господь-бог тех детей, которые непочтительно ведут себя по отношению к родителям или старшим. Мы, дети, видели, Божеский террор нас не очень смущал: господь-бог, конечно, был способен на все,

но, что волчица приняла такое активное участие в расправе, — нам как-то не верилось. Вообще, поскольку пророки Елисеи и другие важные лица встречались с нами редко, мы не могли бояться небесного возмездия. Но и на земле было достаточно охотников с нами расправляться. И для нас пятая заповедь, освященная богом и его угодниками, была все-таки фактом. Так из господней заповеди вытекал родительский авторитет. В современной семье иначе» [1, с. 148-149].

В буржуазном обществе школа как идеологический государственный аппарат заменяла в воспитании церковь, в социалистическом обществе трансформированная школа также заменила церковь в воспитательном процессе, но сама уступила в СССР главному идеологическому аппарату социалистического государства – семье. На это обстоятельство со злобным критицизмом обратили внимание антисоветчики и антикоммунисты.

М. Геллер в книге «Машина и винтики» в главе «Воспитание» писал: «Начальным этапом обработки «человеческого материала» была школа. В числе первых актов советского правительства было уничтожение старой системы образования» [5, с. 167]. Книга написана в советское время и представляет собой апогей злобного ядовитого антисоветизма, и автор пишет о семье, ссылаясь на песни А. Галича и отвратительные анекдоты: «„Красный треугольник" — название баллады Александра Галича — лаконичное и исчерпывающее определение политики партии по отношению к семье с первого дня революции. Любовный треугольник — понятие, возникшее, видимо, одновременно с моногамной семьей: он, она, третий (третья). В 1970 г., когда празднование столетия со дня рождения В. И. Ленина достигло пароксизма, среди сотен анекдотов, возникших как противоядие, появилась шутка относительно выпуска в СССР трехспальных кроватей, ибо Ленин всегда с нами. Постоянное присутствие Ленина (Партии) как третьего „угла" определяет особенность „красного треугольника". Революция, ставившая своей целью переделку не только общества, но — в первую очередь — человека, не могла не рассматривать семью, как важнейший объект атаки. Проникновение в первичную клетку общества, в ее генетическую структуру — было условием достижения цели» [5, с. 189].

Доктор философских наук М.П. Капустин в книге «Конец утопии» поднимает свой антисоветизм на высоко-научный уровень, называя XIV главу «Новый человек»: феномен одно-полушарности»: «Существует довольно редкое заболевание головного мозга, в процессе которого выключается и перестает функционировать одно из его полушарий. Заболевший человек продолжает жить и работать, он может иметь детей и так далее. Более того, окружающие порой даже не в состоянии определить, что он серьезно болен. А между тем его мировосприятие резко перекашивается, становится крайне узким, односторонним, бедным и не способным к дальнейшему развитию. Постепенно оставшееся работоспособным полушарие берет на себя отпавшие функции второго, выключенного, и несколько компенсирует их, но лишь отчасти и весьма неполноценно. Подобный эффект можно вызвать и искусственно, операционным путем, перерезав, связи между полушариями...» [6, с. 495]. Получается, что антисоветчики и антикоммунисты вернулись к идеям Ч. Ломброзо – теории помешательства и безумия, но уже без гениальности. Еще один шаг по наклонной плоскости в сторону нацистской концепции социальной селекции делается при рассмотрении общего ухудшения генофонда народа за счет тех, кто подвергся подобной процедуре и не сбежал в «свободный мир».

#### Список источников

1. Макаренко А.С. Сочинения. т. 4. М.: Издательство Академии педагогических наук РСФСР, 1951. – 538 с.
2. Ленин В.И. Полн. собр. соч., т. 39, М.: ИПЛ, 1970. – 623 с.
3. Бурбулис Г.Э., Кемеров В.Е. Духовность и рациональность. М.: Знание, 1986. – 59 с.
4. Ломброзо Ч. Гениальность и помешательство. М.: Эксмо, 2018. – 153 с.
5. Геллер М. Машина и винтики: История формирования советского человека. М.: МИК, 1994. - 335 с.
6. Капустин М.П. Конец утопии? : Прошлое и будущее социализма. М.: Новости, 1990. - 590 с.

16+

**НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ**

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

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 5 апреля 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 6.04.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 8,1

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)

# Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 мая	V Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1693
5 мая	V Международная научно-практическая конференция <b>БОЛЬШАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1694
5 мая	II Международная научно-практическая конференция <b>ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ФИНАНСЫ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1695
5 мая	II Международная научно-практическая конференция <b>ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДАГОГИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1696
5 мая	II Международная научно-практическая конференция <b>ЮРИСПРУДЕНЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЙ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1697
10 мая	IV Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1698
10 мая	III Международная научно-практическая конференция <b>СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1699
12 мая	II Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА, ОБЩЕСТВО, ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1700
12 мая	XXIII Международная научно-практическая конференция <b>НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1701
15 мая	III Международная научно-практическая конференция <b>ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ И ПРИКЛАДНАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1702
15 мая	VIII Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1703
15 мая	VI Международная научно-практическая конференция <b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1704
15 мая	VI Международная научно-практическая конференция <b>ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1705
15 мая	VI Международная научно-практическая конференция <b>ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1706
17 мая	Международная научно-практическая конференция <b>НОВОСТИ НАУКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1707
17 мая	III Международная научно-практическая конференция <b>MODERN SCIENTIFIC RESEARCH</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1708
17 мая	V Всероссийская научно-практическая конференция <b>НАУКА МОЛОДЫХ — БУДУЩЕЕ РОССИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1709
20 мая	XXIX Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1710
20 мая	XVII Международная научно-практическая конференция <b>СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1711

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)