

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



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

**СБОРНИК СТАТЕЙ VI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 МАЯ 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

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 164 с.

ISBN 978-5-00173-829-9

Настоящий сборник составлен по материалам VI Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**», состоявшейся 15 мая 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 978-5-00173-829-9

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна – доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович – кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич – доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна – доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович – доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна – доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович – доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич – доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович – доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович – кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна – доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна – доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна – кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович – доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна – кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович – кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич – кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна – доктор филологических наук, доцент
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

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	7
СОВРЕМЕННЫЕ КРЕДИТНЫЕ ПРОДУКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ОВСЯННИКОВА ВИКТОРИЯ ЮРЬЕВНА.....	8
МЕНЕДЖМЕНТ	13
ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ЛИ ДУНЛЭЙ.....	14
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В СНАБЖЕНИИ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК ТОД НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	17
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЖУКОВА ДАРЬЯ ОЛЕГОВНА	21
АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ ШЕВЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ	25
СИСТЕМА ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: БАЗОВЫЕ ПРАКТИКИ И ТРЕНДЫ ГУМЕРОВ АЗАМАТ РУСТАМОВИЧ	30
POSITIONAL AND RESOURCE APPROACHES IN THE ONE BUSINESS SPACE SYSTEMS MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF MAXIMUM TURBULENCE OF THE ENVIRONMENT SHIRINOV ADIL SHAMIL OGLY	33
К ВОПРОСУ О ДИНАМИКЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ВОРОБЬЕВА О.В., ФИСУН А.Д.	37
МАРКЕТИНГ	41
ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ: СЕКРЕТ УСПЕХА ТЕРЕШОНОК ВИКТОРИЯ АНДРЕЕВНА, ТОКМАКОВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА.....	42
КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГРЕЧКОСЕЙ ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА	45
МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ ИБРАГИМХАЛИЛОВА ДИНАРА МАХМУДОВНА, РАХМАТУЛЛИНА АЛЬБИНА РУСТАМОВНА	47
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ INFLUENCE МАРКЕТИНГА ЛАЗАРЕВА АЛЁНА АНДРЕЕВНА.....	50

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ	54
ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КАЛУЦКАЯ НАТАЛЬЯ АЛЕКСЕЕВНА, КОЗАРЕВА ВАСИЛИНА КОНСТАНТИНОВНА	55
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АЭЛИТ» Г. УФА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН) ЯКУПОВА И.	59
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	62
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ИНВЕСТИЦИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ НОВИКОВА ОЛЬГА ЮРЬЕВНА.....	63
СОВРЕМЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ФИЛЬКЕВИЧ И.А., ГО ЮЙЦЮ, ДУ ШЭН, ВАН ЧЖЭХУА.....	67
ИСПОЛНИМОСТЬ ДОГОВОРОВ МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КОРЕЕЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ ТЕН МИ ОК.....	70
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ ESG-ПОВЕСТКИ АРЬЮ АЛИСА АНТОНОВНА.....	74
ПОСЛЕДСТВИЯ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИИ ПОСЛЕ НАЧАЛА ПРОВЕДЕНИЯ СВО НА УКРАИНЕ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИКИ КАРАСЕВ ОЛЕГ ИГОРЕВИЧ.....	84
ECONOMIC DIPLOMACY OF THE MAGHREB COUNTRIES IN THE EU IN THE CONTEXT OF INCREASING CONFRONTATION BETWEEN THE WEST AND RUSSIA СЕКАЧЕВА АЛЛА БОРИСОВНА	87
СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА ИНОСТРАННЫЙ РЫНОК ФИЛЬКЕВИЧ И.А., ЦЗИНЬ СИНЬ, ЯН КАЙ, ЯН ЧЭНЬ	90
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	93
МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКОВ МАКСИМ ЮРЬЕВИЧ.....	94
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	99
ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ЭКОСИСТЕМ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ СЮЭ ЧУАНЬСИНЬ	100

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	104
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ СЕМЕНОВ ИВАН МИХАЙЛОВИЧ	105
ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ: СТОП-ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ СОКЕРИНА СВЕТЛАНА ВЯЧЕСЛАВОВНА	108
ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДУНЕНКОВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА, ОНИЩЕНКО СВЕТЛАНА ИВАНОВНА.....	115
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	122
ЯНТАРЬ И ИНЫЕ ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ КАК ПРЕДМЕТЫ ПРЕСТУПЛЕНИЯ НАУМОВ ВЯЧЕСЛАВ ВИКТОРОВИЧ	123
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	126
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БЕЗЛЮДНЕВ ДАНИИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ.....	127
ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕННЫХ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕР В ЭКОНОМИКЕ КУКУШКИНА ГУЗЕЛЬ РАВИЛЕВНА.....	133
РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИИ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ МИХАЙЛОВА КСЕНИЯ ВИТАЛЬЕВНА, ЯДРЫШНИКОВА ВИКТОРИЯ ВАДИМОВНА	138
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ПАЛЬЧИКОВА ДАРЬЯ ИВАНОВНА, ПАКЛИНА ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВНА	147
ОТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН К КОГНИТИВНЫМ ВОЙНАМ ВЕКИН МАКСИМ НИКОЛАЕВИЧ	151
МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА ГАЛЕЕВ ЭДУАРД ЕВГЕНЬЕВИЧ	155

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 33

СОВРЕМЕННЫЕ КРЕДИТНЫЕ ПРОДУКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

ОВСЯННИКОВА ВИКТОРИЯ ЮРЬЕВНА

студент 1 курса

Самарский государственный экономический университет

Аннотация. В статье рассматриваются виды существующих кредитных продуктов как для физических лиц, так и для юридических. Рассказывается о проблемах внедрения данных продуктов в экономический сектор и пути их решения. Так же в статье производится сравнение количества выпущенных кредитных карт для юридических и физических лиц.

Ключевые слова: кредитный продукт, кредитный риск, овердрафт, целевой кредит, кредитная линия, кредит без конкретной цели, инвестиционный кредит, ипотека, кредитная карта, потребительский кредит, образовательный кредит.

MODERN CREDIT PRODUCTS OF COMMERCIAL BANKS

Ovsyannikova Victoria Yurievna

Annotation. The article discusses the types of existing credit products for both individuals and legal entities. It tells about the problems of introducing these products into the economic sector and ways to solve them. The article also compares the number of issued credit cards for legal entities and individuals.

Key words: credit product, credit risk, overdraft, target loan, credit line, loan without a specific purpose, investment loan, mortgage, credit card, consumer loan, educational loan.

В наше время банковская деятельность, направленная на создание и разработку новых продуктов в сфере выдачи кредитов, должна выполнять две главные задачи:

- возможность снижения рисков при выдаче кредитных продуктов
- возможность максимального удовлетворения клиентских финансовых потребностей

Ученые, в сфере финансирования граждан, акцентируют свое внимание на конкурентоспособности произведенных кредитных продуктов. При создании они должны принимать во внимание всевозможные риски и уровни будущей доходности. Ведь, именно данные продукты будут формировать в процессе имидж банков и позволять им продвинуться на рынок товаров.

Кредитный продукт - это система сотрудничества банка и граждан, которая заключается в выдаче денежных средств заемщику на определенных условиях и при определенных процентах. Примерами кредитного продукта являются: овердрафт, кредитные карты, ипотечные кредиты и другие.

При создании продуктов в сфере выдачи кредитов ученые должны учитывать не только возможность сохранения их мобильности и доходности, но и выражать все особенности процесса движения капитала и его превращения из денежного вида в товарный для привлечения средств для кредитного оборота. [1, с. 423]

В социально-экономическом плане существуют некоторые цели для развития кредитного продукта:

- увеличение степени клиентской удовлетворенности,
- обеспечение мобильность своих активов,
- максимальная прибыль банка,

- максимально качественно и количественно финансировать бизнес клиента.

Основная составляющая кредитного товара заключается в предоставлении кредитором или банком заемщику денежные средства на установленный период при некоторых условиях, главным условием которого является выплата процентов, которые выступают в качестве оплаты услуги. Кредитование, как правило, предоставляется коммерческими банками гражданам. Субъектами данного сотрудничества банка и заемщика могут являться: граждане, банки, государственные органы и предприниматели. [2, с. 268]

Конкурентноспособный товар должен совмещать в себе интересы заемщика и банка, учитывать все условия и параметры как материального, так и нематериального производства.

Однако, как и у каждого рыночного товара, кредитные продукты имеют ряд проблем, мешающих внедрить их в экономический сектор:

- отсутствие контроля над действиями граждан и полная непредсказуемость их решений;
- большое количество конкурентов на рынке в лице других крупных банков;
- сокращение издержек для поддержания необходимого уровня активов;
- отсутствие перспективного развития;
- быстро меняющиеся запросы граждан и другие.

Пути их решения, на мой взгляд, просты, но сложно осуществимы:

- создание надежного имиджа для сохранения клиентов и привлечения новых;
- привлечение новых денежных средств через сеть Интернета;
- создание продукта, которых будет удовлетворять потребности граждан, о которых они и не догадывались.

Практическое использование Российских кредитных продуктов характеризуется рядом опасных особенностей. В сравнение с банковскими услугами в сфере безналичного расчета удалось выявить несколько из них:

1. При производстве кредитных продуктов не требуется привлечение широкого круга лиц.

2. Производство кредитного продукта осуществляется полностью за счет банка, как и на затраты на их формирование и создание, так и в отношении возможных рисков. [6, с. 105]

Кредитный риск – это финансовые потери, которые может понести банк из-за неспособности заемщика выплатить сумму займа и установленные проценты, что полностью соответствует обговоренным условиям. У каждого конкретного банка существует свой процесс управления кредитными рисками, каждый из которых имеет свои особенности и детали, которые связаны с деятельностью банка. [3, с. 504]

Кредитные продукты подразделяются на разные виды по некоторым критериям:

- стороны, которые участвуют в процессе выдачи, получения кредита;
- методы, по которым осуществляется выдача, получение кредита;
- цели, которые преследует получатель кредита;
- типы условий и процентных ставок, которые устанавливаются банками.

Однако, каждый вид кредитного продукта представляет собой совокупность банковских и финансовых операций, которые направлены на удовлетворение потребностей граждан. [4, с.453]

На рисунке 1 представлены основные виды кредитных товаров как для физических, так и для юридических лиц:

Основные примеры кредитных продуктов для юридических и физических лиц представлены на рис. 1.

Основные виды кредитных продуктов для юридических лиц:

- Овердрафт. Выдается банком с учетом отсутствия денежных средств на текущем счете компании с целью закрытия финансовых недостатков на основном счете. Количество полученных средств, как правило, зависит от получаемой прибыли предприятия. Сразу после зачисления дохода эта сумма списывается для погашения полученного кредитного товара.

- Целевой кредит. Выдается для покупки определенного товара. Это может быть и покупки недвижимости, и автомобиля, и оплата образования и т.д. Данный займ клиент не может использовать на другие нужды.

- Кредит без конкретной цели. Данный займ начисляется на счет на любые нужды, в договоре не уточняется цель займа, на которую он будет потрачен.

- Кредитная линия. Особый вид кредитного продукта, который подразумевает получение средств несколько раз в моменты финансового кризиса, однако в рамках установленного лимита. Особенностью данного товара является то, что заемщик оформляет документы только один раз.

- Инвестиционный кредит. Такой вид продукта предполагает получение средств на развитие бизнеса, закупку нового оборудования, оплату труда новым наемным рабочим. Обычно такой кредит берется крупной суммой на несколько лет.



Рис. 1. Виды кредитных товаров для юридических и физических лиц.

Кредитные продукты для физических лиц:

- Ипотека. Это наверно самый востребованный продукт на рынке кредитных товаров. С его помощью заемщик может приобрести жилье, участок для застройки и многое другое. Ипотека оформляется на долгий промежуток времени, вплоть до десяти лет.

- Кредитная карта. Это, пожалуй, самый распространенный вид кредитного товара. Кредитная карта дает гражданам возможность осуществлять банковские операции до получения заработной платы, чтобы избежать финансового кризиса. Однако, данная карта имеет лимит, который соответствует платежеспособности клиента.

- Потребительский кредит. Это кредит, который предоставляется гражданам без определенной цели, что и отличает его от обычного кредита. Чаще всего это вид кредита берут, чтобы осуществить ремонт, провести свадьбу или купить дорогостоящую бытовую технику.

- Образовательный кредит. Это достаточно новый вид кредитного продукта, который имеет достаточно хорошие перспективы. Отличается он тем, что его цель - оплата обучения. Главные преимущества данного товара – это низкие процентные ставки, удобство получения перед началом каждого нового семестра и условия возврата в течение 15 лет после выпуска из университета. [5]

Проводя исследование, предлагаю сравнить два вида выпускаемых карт: овердрафт для юридических лиц и кредитные карты для физических лиц (см. рисунок 2)

КОЛИЧЕСТВО ВЫПУЩЕННЫХ КАРТ ЗА 2022 ГОД

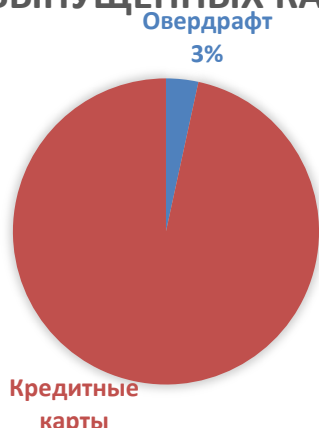


Рис. 1. Количество выпущенных карт за 2022 год

Из диаграммы можно сделать вывод, что кредитные карты пользуются большей популярностью, чем овердрафт карты, Я считаю, что этому способствуют легкая доступность, разнообразные предложения, наличие беспроцентного периода. Кредитная карта зачастую выступает в роли «подушки безопасности» до поступления зарплаты.

Но кроме карт юридические и физические лица, как это было сказано ранее, получают разные виды кредитов. Предлагаю сравнить некоторые из них. (см. Рисунок 3)

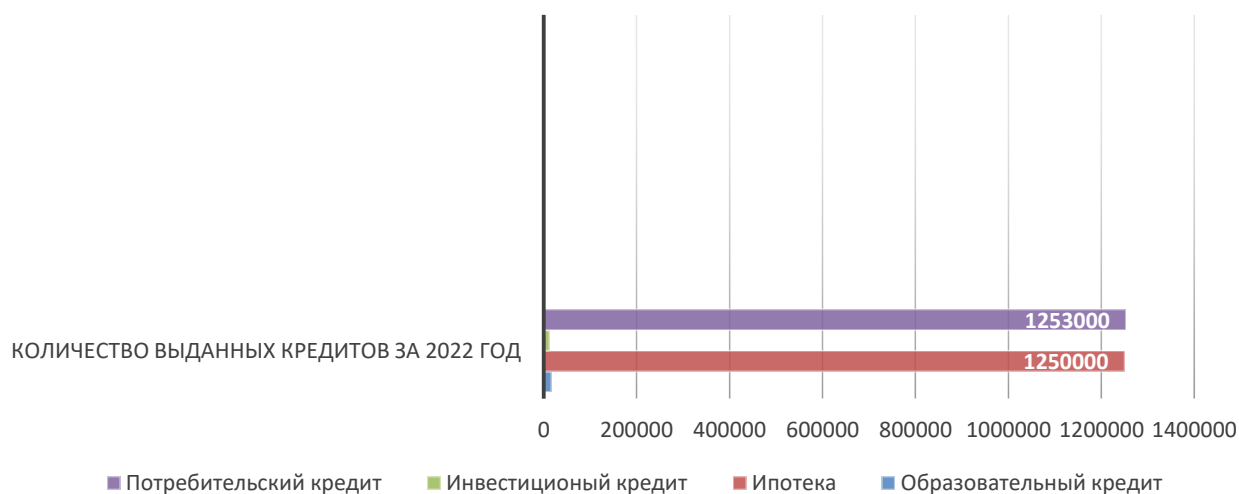


Рис. 2. Количество выданных кредитов за 2022 год

Собранные данные позволяют сделать вывод, что самыми используемыми видами кредитов являются: ипотека и потребительский кредит. Ипотечный кредит достаточно распространенный вид среди населения нашей страны из-за возможности приобрести недвижимость до повышения стоимости, возможности погасить кредит досрочно или при отсутствии денег выплачивать только фиксированную сумму. Что касается потребительских кредитов, их удобство в том, что их достаточно просто оформить, возможность получения средств в сложном финансовом положении, возможность покупки определенных товаров на выгодных условиях.

Таким образом, кредитный продукт представляет собой упорядоченные, структурированные услуги и операции, предназначенные для решения любых финансовых задач, для удовлетворения экономических потребностей человека, которые одновременно вызывают изменения в оборотных активах банковских систем.

Список источников

1. Жукова Е.Ф. Банки и банковские операции: Учебник для вузов / под ред. Жукова Е.Ф. — М.: Банки и биржи, 2003. — 423 с.
2. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк. Управление и операции. — М.: АНТИДОР, 2003. — 268 с.
3. Головин Ю.В. Банки и банковские услуги в России: Учебное пособие, доп. и перераб., — М.: Финансы и статистика, 2005 — 504с
4. Семенюта О.Г. Банковское дело и банковское законодательство. — М.: Банки и биржи, 2002. — 453 с.
5. Банкир ру: информационный портал. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.banki.ru/technology/article/> .
6. Корнилова, К. А. Особенности образовательного кредитования в Российской Федерации / К. А. Корнилова // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей X Всероссийской научно-практической конференции, в 2-х ч., Самара, 15 октября 2020 года. Том Часть 2. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2020. – С. 103-108. – EDN RITXIK.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 336

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

ЛИ ДУНЛЭЙмагистрант программы EMBA,
КБТУ

Аннотация: В статье актуализируется проблема формирования финансовой стратегии предприятия. Практически любые управленческие решения так или иначе взаимосвязаны с финансовой стратегией. Автор исследует научные подходы к сущности финансовой стратегии, характеризует ее функции и виды.

Ключевые слова: финансовая стратегия, функции финансовой стратегии, виды финансовых стратегий, экономическая система, цели бизнеса.

FORMATION OF THE COMPANY'S FINANCIAL STRATEGY

Li Donglei

Abstract: The article actualizes the problem of the formation of the financial strategy of the enterprise. Almost any management decisions are somehow interconnected with the financial strategy. The author explores scientific approaches to the essence of financial strategy, characterizes its functions and types.

Key words: financial strategy, functions of financial strategy, types of financial strategies, economic system, business goals.

К настоящему времени в научной среде не выработано единого определения термина «финансовая стратегия». Финансовая стратегия является относительно новым понятием как в науке, так и в практике развития бизнеса. Сегодня традиционные методы финансового менеджмента не позволяют повышать эффективность управления финансами предприятия. В новых условиях экономического развития меняются подходы к разработке финансовой стратегии, реализация которой предполагает адаптацию к внешним экономическим условиям, своевременного решения актуальных финансовых проблем и повышения эффективности бизнеса.

Любая экономическая система возникает при необходимости удовлетворения спроса на определенную продукцию или услуги. Поэтому при построении системы менеджмент ориентируется на длительное удовлетворение спроса. Именно данный подход и формирует базу для разработки стратегии развития компании. В соответствии с зарубежными и отечественными исследованиями, под финансовой стратегией понимают часть общей стратегии компании, которая должна быть направлена на достижение целей бизнеса.

Финансовая стратегия характеризует долгосрочные цели финансовой деятельности компании и определяет наиболее эффективные способы и пути их достижения. Финансовая стратегия направлена на устойчивое развитие компании, в том числе - на укрепление позиции на рынке капиталов, усиление взаимосвязей с рыночной средой, эффективное использование ресурсов, развитие финансового потенциала. От грамотно разработанной и реализованной финансовой стратегии зависят финансовые результаты предприятия. Среди финансовых стратегий выделяют генеральную, оперативную и стратегию реализации конкретных стратегических задач [1].

Генеральная финансовая стратегия определяет общее направление деятельности компании.

Оперативная финансовая стратегия позволяет осуществлять текущее управление финансовыми ресурсами на более короткие периоды. Отдельные финансовые стратегии направлены на достижение частных целей, которые обеспечивают выполнение стратегической цели.

Известный исследователь в сфере стратегического управления Бланк И.А. выделил следующие основные виды финансовой стратегии.

1. Стратегия ускоренного роста или финансовой поддержки ускоренного роста предприятия. Эта стратегия может быть применена при необходимости быстрого увеличения финансового потенциала организации.

2. Стратегия ограниченного роста. Данная стратегия может применяться для оптимизации финансовых ресурсов организации, поэтому она призвана финансово обеспечивать ограниченный рост предприятия.

3. Антикризисная финансовая стратегия. Стратегия обычно применяется для обеспечения достаточного уровня финансовой безопасности и поэтому по своей экономической сущности характеризуется как сокращение [2].

Финансовые стратегии должны учитывать потенциал предприятия. Традиционно финансовая стратегия состоит из следующих элементов:

- стратегия, обеспечивающая финансовую безопасность;
- стратегия формирования финансовых ресурсов;
- инвестиционная стратегия;
- стратегия увеличения качества унифицированной документации;
- налоговая стратегия.

На рисунке 3 отражена сущностная характеристика финансовой стратегии.

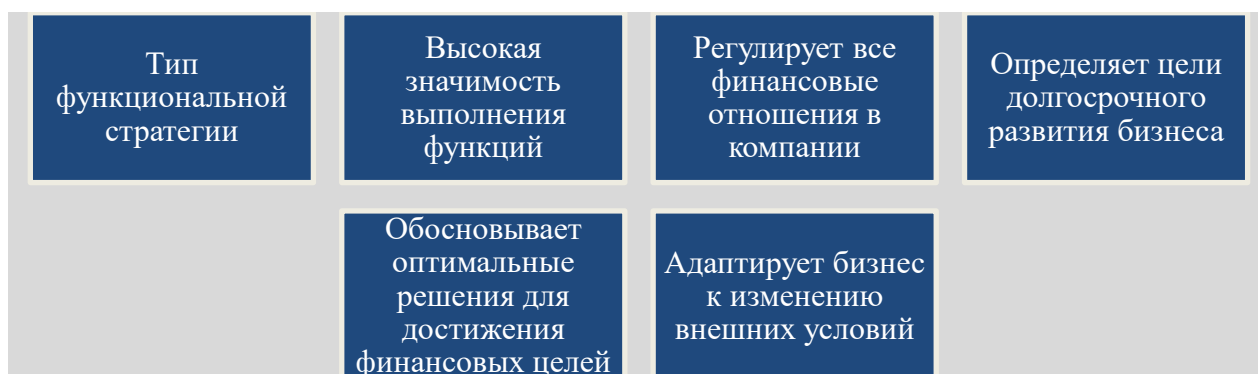


Рис. 3. Ключевые сущностные критерии финансовой стратегии

Сущность финансовой стратегии можно раскрыть через ее функции:

- организационная функция отражает обеспечение процесса формирования ресурсами и координацию бизнес процессов;
- распределительная функция состоит в составлении прогнозов и планов привлечения и освоения инвестиций, поиске объектов инвестирования;
- информационная функция заключается в своевременной обработке поступающих потоков информации;
- антикризисная функция состоит в проведении анализа вероятности наступления банкротства и принятии мер по его предупреждению;
- адаптивная функция характеризует способности непрерывного приспособления финансовой стратегии меняющимся условиям;
- функция оптимизации характеризуется обеспечением эффективности инвестиций и обоснованием целесообразности вложений;
- контрольная функция характеризует результаты реализации финансовой стратегии [3].

Рассмотрим факторы, которые определяют выбор финансовых стратегий.

1. Согласованность финансовой стратегии с корпоративной стратегией компании. Факторы согласованности выявляют уровень соответствия целей и стадий внедрения корпоративной и финансовой стратегии предприятия.

2. Координирование финансовой стратегии с изменениями внешней среды. Эти факторы балансируют финансовую стратегию с конъюнктурой финансовых рынков, с возможными угрозами внешних шоков. Разработка модели стратегических финансовых позиций позволит учитывать нестабильность внешних условий при формировании финансовой стратегии.

3. Сопряженность финансовой стратегии с внутренним потенциалом компании. Факторы направляют соответствие объемов, направлений, форм финансовых стратегий имеющимся финансовым возможностям компании, квалификации персонала, организационной структуре и другим параметрам внутреннего потенциала организации.

4. Внутренняя сбалансированность индикаторов финансовой стратегии с целевыми стратегическими параметрами финансовой деятельности предприятия. Важно согласовывать эти цели и нормативы с финансовой политикой по различным блокам финансовой деятельности организации. Также важно достигать согласованности не только в разрезе направлений, но и по периоду времени.

5. Реализуемость финансовой стратегии. Факторы выявляют стратегический потенциал компании при формировании необходимой величины финансирования из различных источников, определяют финансовые инструменты, которые обеспечивают разработку оптимального инвестиционного портфеля. Данные факторы учитывают организационные возможности для реализации определенной финансовой стратегии.

6. Допустимые уровни финансовых рисков. Факторы учитывают степень рисков, оказывающих влияние на функционирование предприятия. Поэтому при разработке финансовой стратегии менеджменту важно ориентироваться на величину возможных финансовых расходов и вероятности наступления банкротства.

7. Экономическая эффективность внедрения финансовой стратегии. Факторы обосновывают экономическую эффективность финансовой стратегии с позиции соответствия общим целевым стратегическим установкам.

8. Нефинансовые факторы. Эти факторы характеризуют деловую репутацию компании, стиль управления, ценностные ориентации, взаимосвязи между подразделениями, систему мотивации труда сотрудников, карьерные возможности, социальные параметры и др.

Таким образом, мы раскрыли теоретические аспекты финансовой стратегии с позиций существенных характеристик, основных элементов и функций. Также были систематизированы факторы, влияющие на выбор финансовой стратегии.

Список источников

1. Прибытков Е.В. Финансовая стратегия, преимущества наличия эффективной финансовой стратегии в деятельности предприятия/ *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, vol. 4-1 (43), 2020.
2. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. – М: Ника центр, 2017. – 520 с.
3. Шнайдер В.В. К вопросу эффективного инструментария стратегического управления и развития экономического субъекта. *Научный вектор Балкан*. 2019. Т. 3. №2 (4). С. 100-103.

УДК 658.8

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В СНАБЖЕНИИ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

ТОД НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНАканд. экон. наук, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

Аннотация: в статье рассматривается вопрос применения информационных логистических технологий при управлении цепями поставок в области логистики снабжения, рассмотрены такие технологии, как MRP I, JIT, JIS, VMI, SRM и KANBAN, выделены преимущества, получаемые всеми участниками цепи поставок при применении данных технологий.

Ключевые слова: информационные логистические технологии, SCM, логистика снабжения, MRP I, JIT, JIS, VMI, SRM, KANBAN.

INFORMATION LOGISTICS TECHNOLOGIES USED IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Tod Natalya Alexandrovna

Abstract: the article discusses the issue of using information logistics technologies in supply chain management in the field of supply logistics, considers technologies such as MRP I, JIT, JIS, VMI, SRM and KANBAN, highlights the benefits that all participants in the supply chain receive when using these technologies.

Key words: information logistics technology, SCM, supply logistics, MRP I, JIT, JIS, VMI, SRM, KANBAN.

Информация играет ключевую роль в координации бизнес-процессов в цепях поставок, в том числе в области снабжения. Эффективное управление информационными потоками невозможно без внедрения информационных технологий. Стоит отметить, что именно развитие информационных технологий в логистике позволяет реализовывать идеи, лежащие в основе концепции управления цепями поставок (SCM). Общая схема информационных логистических технологий представлена на рис. 1.

Основными информационными технологиями, применяемыми в области снабжения, являются MRP I, JIT, JIS, VMI, SRM и KANBAN с ответственностью поставщиков. Рассмотрим их подробнее.

Внутрифирменные процессы и управление ими крайне важны для реализации концепции SCM. Если внутри предприятия будет «хаос», то и соответственно это звено будет вносить хаос в цепь поставок, являясь слабым звеном цепи. Поэтому внутри предприятия процессы планирования, в том числе закупок, также должны обеспечиваться современными автоматизированными алгоритмами. Один из них – это алгоритм MRP I. MRP I – это система планирования закупок, позволяющая оптимально загружать производственные мощности, и при этом закупать именно столько материалов, сколько необходимо для выполнения текущего плана заказов и именно тогда, когда они нужны в производственном процессе. Блок выходных параметров включает в себя ряд документов, главный из них – план заказов поставщику. Он составляется в разрезе номенклатуры, количества и даты поставки. Важно понимать, что эта информация крайне важна для поставщиков производителя. Если они будут оперативно получать данную информацию, они будут готовы обеспечить планируемый спрос. Именно это важно для непрерывного продвижения материалопотока в цепи поставок.

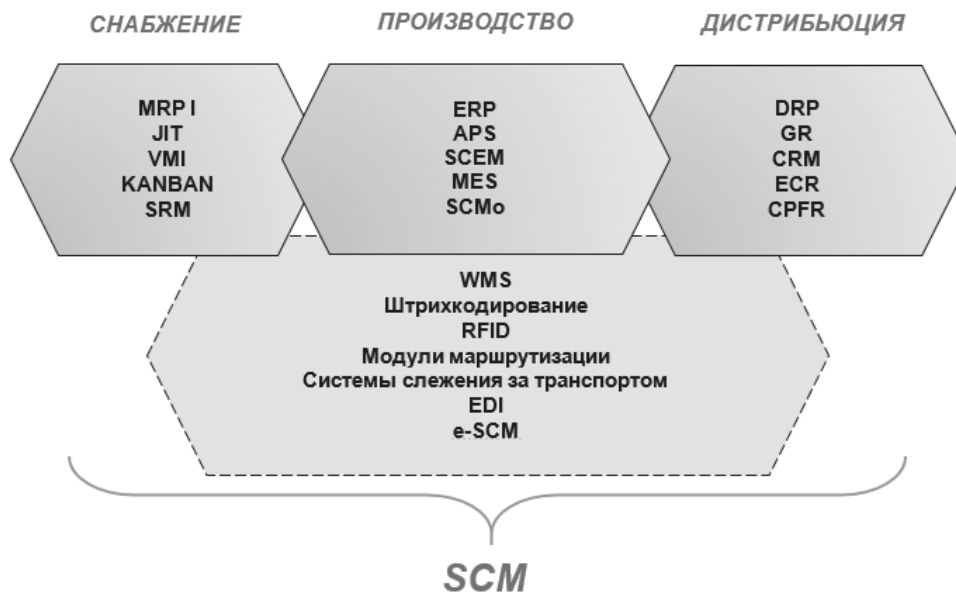


Рис. 1. Технологии, применяемые при SCM

Технология JIT в рамках концепции SCM рассматривается в разрезе отношений с поставщиком. А поскольку цепь поставок – это последовательность пар звеньев «поставщик – потребитель», то можно говорить о применении данной концепции по всей цепи. В данном контексте JIT подразумевает осуществление закупок и поставок в соответствии с актуальными потребностями, т.е. это реализация тянущего принципа, работа по заказу. JIT основывается также на принципе синхронизации потоков. Синхронизация подразумевает либо четкое последовательное выполнение операций, без промежуточных потерь, либо одновременное выполнение операций, если это возможно. Реализация данного принципа в цепи поставок позволяет устранять потери и сокращать логистический цикл.

В концепции SCM технология JIT базируется на применении трех классификаций изделий: ABC, XYZ и LMN. И как показывает практика, для концепции JIT больше всего подходят продукты группы ALX, т.е. самые доходные, легко прогнозируемые по спросу и больших объемов. [1]

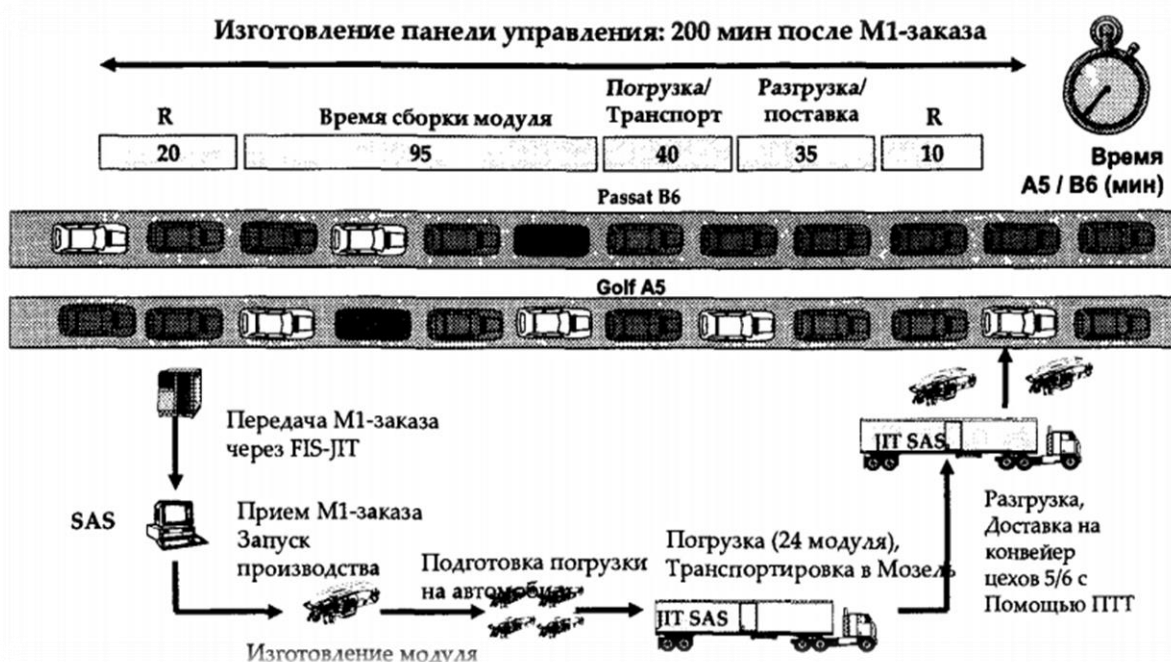


Рис. 2. Пример реализации технологии JIS в компании Фольксваген

Технология JIS является модификацией концепции JIT. Ее суть состоит в том, что материалы поставляются не только точно вовремя, но и согласно заданной фокусной компанией последовательности выпуска конечной продукции. Концепция JIS очень хорошо расписана в примерах про компанию Фольксваген, которая перевела на аутсорсинг 16 модулей для производства своих автомобилей: двери, сиденья, топливный бак и др. На рис. 2 приведен пример поставки модуля управления для автомобилей Golf и Passat [1].

Технология VMI переводится как «запасы, управляемые поставщиком». При этом запасы контролируются, планируются и управляются поставщиком на основании ожидаемого объема спроса и заранее оговоренных минимальных и максимальных уровней материальных запасов. Отличие работы по технологии VMI от традиционной схемы работы представлено на рис. 3.

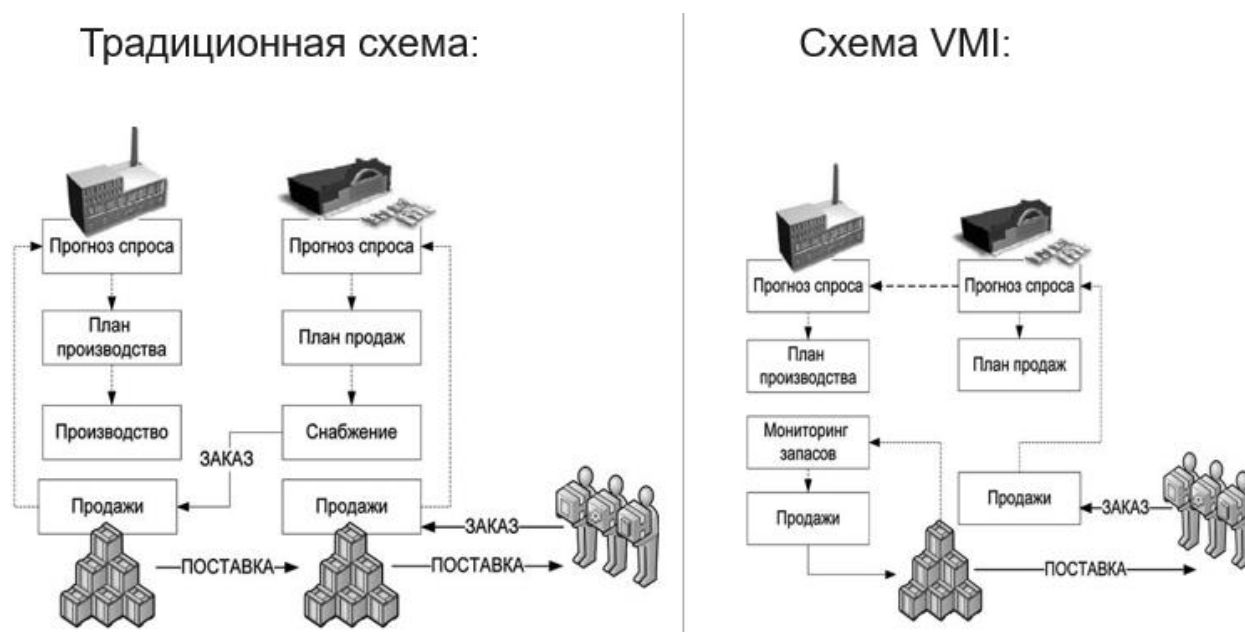


Рис. 3. Отличие технологии VMI от традиционной схемы работы

Технология SRM – это скоординированная программа действий, разработанная совместно потребителем и поставщиком, чтобы улучшить общие показатели функционирования и снизить общие издержки цепи поставок. При внедрении SRM вопросами совершенствования и системой KPI занимаются совместно потребитель и поставщик. Более того обе стороны берут на себя совместные обязательства, в том числе по инвестициям, выделению ресурсов и выдерживания сроков, что способствует более тесным контактам.

Технология KANBAN с ответственностью поставщиков предполагает, что потребность в материалах на предыдущем шаге определяется исходя из фактической потребности на следующей шаге. Отслеживание фактического потребления материалов и передача информации о необходимости пополнения запасов осуществляется непосредственно поставщиком. Заключается общий «рамочный» контракт, в котором оговаривается общее количество поставок, время поставок, требования к качеству материалов, цены и т.д., а потом поставки осуществляются по фактической необходимости в материалах.

Использование указанных информационных логистических технологий в снабжении при SCM позволяет: создать единое информационное пространство в цепи поставок, достигнуть определенного уровня информационной открытости участников цепи, прогнозировать спрос на разных уровнях цепи, планировать загрузку мощностей, планировать и контролировать уровень запасов в цепи, своевременно мониторить KPI и выявлять отклонения от нормативных значений с целью дальнейшего их сокращения.

Список источников

1. Иванов Д.А. Управление цепями поставок / Д.А. Иванов. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2018. – 660 с.
2. Лукиных В.Ф. Логистика: учеб. пособие / В.Ф. Лукиных, Н.А. Тод; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 352 с.

УДК 005.95/.96:061(1-4/.6)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ СЕКТОРЕ

ЖУКОВА ДАРЬЯ ОЛЕГОВНА

студентка

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

*Научный руководитель: Сметанина Галина Александровна**к.э.н., доцент**БУ ВО «Сургутский государственный университет»*

Аннотация: в статье исследуется аттестация государственных и муниципальных служащих. Как известно, что персонал предприятия сегодня выступает его ценнейшим ресурсом, и общеизвестно, что кадры оказывают решающее воздействие на эффективность функционирования предприятий. Формирование ценных кадров колоссального изменения роли, функций и личных качеств государственных служащих, повышения требований к ним. В свою очередь, профессионализм государственных и муниципальных служащих во многом зависит от отношения служащего к своим обязанностям, а также от качественной подготовки и компетентности сотрудников. Именно поэтому возрастает роль проведения аттестации в государственном и муниципальном секторе.

Ключевые слова: аттестация, государственные и муниципальные служащие, кадровая политика, совершенствование, квалификация, оценка персонала.

IMPROVING THE ORGANIZATION OF PERSONNEL CERTIFICATION IN THE STATE AND MUNICIPAL SECTOR

Zhukova Darya Olegovna*Scientific adviser: Smetanina Galina Alexandrovna*

Annotation: the article examines the certification of state and municipal employees. It is well known that the personnel of an enterprise today acts as its most valuable resource, and it is well known that personnel have a decisive impact on the efficiency of the functioning of enterprises. The formation of valuable personnel of a colossal change in the role, functions and personal qualities of civil servants, increasing the requirements for them. In turn, the professionalism of state and municipal employees largely depends on the attitude of the employee to his duties, as well as on the quality of training and competence of employees. That is why the role of certification in the state and municipal sector is increasing.

Keywords: certification, state and municipal employees, personnel policy, improvement, qualification, personnel evaluation.

В современных реалиях главная цель любого государственного учреждения – эффективное управление персоналом выступает, это связано с тем, что от грамотного контроля и распределения

обязанностей между персоналом напрямую зависят результаты деятельности.

В свою очередь, производительность труда зависит от квалификации сотрудников. Аттестация же – это эффективная форма оценки как государственных, так и муниципальных служащих и своевременное проведение аттестации в государственных и муниципальных учреждениях, а так же анализированные полученные и вследствие мероприятия, проведенные по результатам аттестации, конечно, позволят повысить качество и производительность труда, а это указывает на улучшение показателей эффективности деятельности государственного учреждения [1, с.23].

Именно благодаря аттестации персонала решаются такие задачи как:

- Справедливая и объективная оценка сотрудника;
- Формирование высококвалифицированного персонала;
- Мотивация у персонала эффективной работы;
- Профессиональный рост.

Функции аттестации заключаются в следующем:

- Контроль. С помощью данной функции контролируются итоги работы, а также способности работников;
- Коммуникативная функция. Данная функция состоит в коммуникации между подчиненным и руководителем;
- Функция оценки. Именно аттестация позволяет оценить результаты труда персонала;
- Функция стимулирования. Благодаря стимулированию сотрудников, предприятие работает эффективно;
- Функция отбора. Данная функция представляет исключение сотрудников, которые не соответствуют требованиям и отбор профессиональных кадров.

Точного определения аттестации персонала, как и порядка, целей и задач в Трудовом Кодексе Российской Федерации нет, но в некоторых статьях аттестация все же упоминается, так, например, в пункте 3 части 1 статьи 81 ТК РФ описывается то, что результаты аттестации могут служить поводом для увольнения сотрудника.

В случае же с порядком проведения, целями и задачами, то чаще всего государственные и муниципальные учреждения используют для создания локальных документов положение о порядке проведения аттестации от 5 октября 1973г., так как данное положение не противоречит ТК РФ.

В науке под аттестацией принято понимать проверку профессиональной подготовки работника и его деловых качеств в целях определения уровня его квалификации (установления квалификационного разряда) и/или соответствия занимаемой должности (выполняемой работе).

Как ученые, так и исследователи приводили свои обоснования аттестации. На рис. 1 представлено понятие аттестации некоторых ученых.

В соответствии с законодательством Российской Федерации, аттестация государственных и муниципальных служащих считается необходимой составляющей управления установкой, и присутствие верного проведения аттестации учреждение может достигнуть значительного степени коллективной профессиональной работы. Но при этом, стандарты и сертификация аттестации меняются, что значит, что они все еще не совершенны. Таким образом, можно сказать о том, что зачастую требования к государственным и муниципальным служащим чаще всего наделены только формальным набором компетенций [8, с.114].

В настоящее время, такие современные условия, как: правовые, финансовые, экономические, социальные и информационные деятельности учреждений требуют совершенствования работы с кадрами, в свою очередь, данная работа направлена на повышение профессионализма трудовых коллективов, повышение требований к их качествам, компетенции и производительности труда [4, с.12]. Анализ документации, которая предоставляется в аттестационную комиссию является главным методом аттестации государственных служащих. Часто у независимых экспертов, приглашенных на аттестацию отсутствуют необходимые профессиональные знания в той или иной области – это так же является одной из многих проблем аттестации, так как эксперты непосредственно проводят аттестацию.

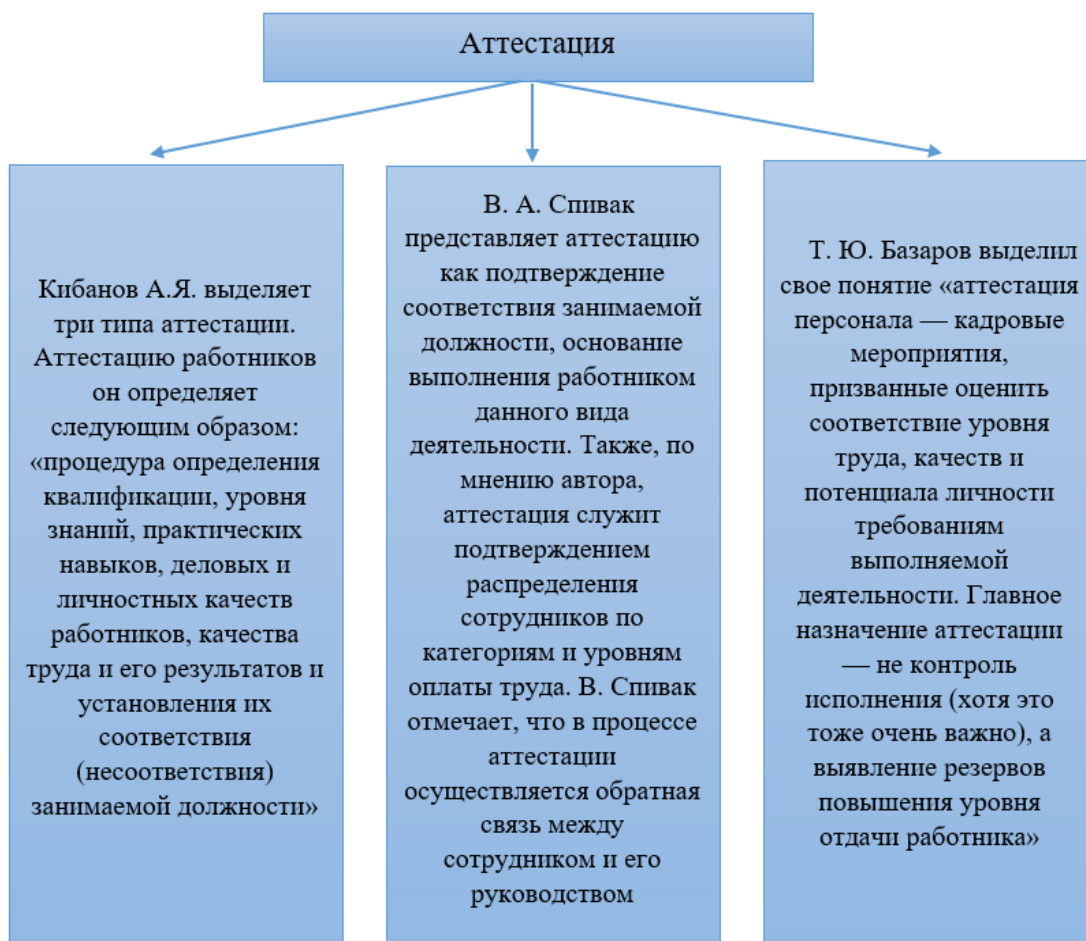


Рис. 1. Понятие аттестации



Рис. 2. Дополнительные процедуры проведения аттестации

Именно поэтому следует заменить процедуру проведения аттестации гражданских и муниципальных служащих. Таким образом, теоретические вопросы и интервью с госслужащими не соответствуют современным критериям, которые направлены на новые технологии и способы управления государственными ресурсами [5, с.105]. Для совершенствования системы аттестации можно внедрить следующие дополнительные процедуры, которые представлены на рис. 2.

Таким образом, введенные дополнительные требования к аттестации государственных и муниципальных служащих, процедура будет полезна для руководителей, так как с помощью этого можно будет выявить лучших служащих, а в следствии поощрить их работу путем предоставления материального или нематериального вознаграждения, а также выявить перспективы профессионального развития сотрудников.

При сертификации важно соблюдать следующие принципы: объективность, надежность, сложность и понятность, которые в равной степени применимы к обеим сторонам – рецензенту и рецензируемой организации. Объективные, современные, надежные и научно обоснованные критерии профессиональных качеств должностного лица должны лечь в основу формирования методов полной и всесторонней оценки деятельности всех должностных лиц, занимающих должности.

Список источников

1. Андрюхина И.Ю. О новых подходах к проведению оценки профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих // Современное управление: векторы развития. - 2021.-№5. – С.23-28.
2. Бачина Е.С. Методы оценки персонала // Молодой ученый. - 2019. - № 8 (142). - С. 139-144.
3. Борисова У.С. Совершенствование процесса оценка персонала// Самоуправление. - 2020. - № 1 (110). - С. 62-65.
4. Кибанов А.Я. Управление персоналом: теория и практика// Оценка и отбор персонала при найме и аттестации. -2020.- №9.- С.12-19.
5. Коваленко О.А. Оптимизация стимулирования труда в современных условиях // Методы прогнозирования в технике. - 2021. -№2.- С. 105-107.
6. Методический инструментарий по установлению квалификационных требований для замещения должностей государственной гражданской службы // Министерство труда и социальной защиты РФ. –2021.-№4.-С.311-317.
7. Романадзе Е.Л., Семина А.Л. Обзор методов оценки персонала в современных организациях. // Московский экономический журнал. - 2019. -№5- № 1. –С.22-24.
8. Совершенствование государственного и муниципального управления Российской Федерации// Вестник студенческого научного общества - 2020.- № 12. - С. 114-120.
9. Устинова Ю.Е. Исследование проблем в области управления персоналом организаций государственного и муниципального сектора/// Юность науки. - 2021. - №9.- С. 103-110.
10. Хруцкий В. Е. Оценка персонала. Сбалансированная система показателей// Научные исследования и разработки. Экономика. - 2021. - № 2. - С. 11-17.

УДК 659

АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

ШЕВЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Научный руководитель: Ситжанова Акжан Мурзагуловна

К.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: в статье анализируются тренды в области бизнес-коммуникаций в России и мире. В исследовании приводятся современные коммуникационные инструменты и говорится об их влиянии на бизнес-процессы. Автор дает оценку коммуникативной деятельности предприятий сферы услуг в Оренбургской области. На основе проведенного анализа, автором даются рекомендации для совершенствования коммуникационной деятельности предприятий Оренбургской области.

Ключевые слова: коммуникации, коммуникативная деятельность, коммуникационные инструменты, инновации, бизнес-процессы, сфера услуг.

ANALYSIS OF THE COMMUNICATIVE ACTIVITY OF SERVICE ENTERPRISES IN THE ORENBURG REGION

Shevchenko Vladislav Alexievich*Scientific adviser: Sitzhanova Akzhan Murzagulovna*

Abstract: The article analyses the trends in the field of business communications in Russia and the world. The study provides modern communication tools and talks about their impact on business processes. The author gives an assessment of the communicative activity of service enterprises in the Orenburg region. Based on the analysis, the author gives recommendations for improving the communication activities of enterprises of the Orenburg region.

Key words: communications, communication activity, communication tools, innovations, business processes, service sector.

Развитие коммуникаций в бизнес среде, куда, конечно же, относится и сфера услуг, подчинено глобальным процессам. Тренды коммуникации едины по всему миру. Однако применение тех или иных коммуникационных инструментов зависит от социально-экономического, культурного и некоторых других составляющих развития конкретного государства.

Существуют общемировые тренды в области коммуникаций, которые выделяются отечественными исследователями сегодня (рис. 1).



Рис. 3. Тренды бизнес-коммуникаций

Важным общемировым трендом в бизнес-коммуникациях является применение цифровых технологий. Развитие и повсеместное применение цифровых технологий отразилось на бизнес-процессах компаний, работающих в различных отраслях экономики.

Современный коммуникационный инструментарий любого бизнеса основан на цифровых технологиях. Эффективность их применения отражается на конкурентоспособности субъектов рыночной деятельности.

Однако, применение цифровых технологий в коммуникации при работе бизнеса — это не только дань тренду, но и необходимость. Чтобы соответствовать запросам целевой аудитории (потребителей услуг компании) важно понимать их ценностные ориентиры и потребности. Так, современный потребитель ценит свое время и стремится минимизировать затраты временных и энергетических ресурсов на приобретение услуги.

Компании, которые первыми внедряют актуальные цифровые технологии получают уникальные конкурентные преимущества. Сегодня это компании, которые применяют в своей деятельности Big Data. Использование технологии Big Data позволяет получать новые знания о рынках, потребителях, а также получать актуальную информацию, необходимую для построения траектории развития бизнеса [1, с. 163]. Big Data позволяет обрабатывать огромные объемы информации о потребителях. Используя эту технологию, компания может проследить поведение и предпочтение своего потребителя, и на основе анализа этих данных сформировать персонифицированное предложение. Эти простые действия способны значительно повысить конкурентоспособность предприятия сервиса.

Использование цифровых коммуникаций возможно не только для взаимодействия с потребителями услуг, но и для иных видов коммуникации, которые осуществляет предприятие сервиса (рис. 2).

Широкое применение инноваций в коммуникациях бизнеса привело к трансформации современной экономики как страны, так и регионов. Для того, чтобы сегодня бизнес занимал лидирующие позиции в отрасли недостаточно проводить базовые исследования рынка услуг, оценивать экономические показатели за определенный период, вести статистику и т.д. Сегодня важнейшим показателем экономического роста и устойчивой конкурентоспособности бизнеса является управление стратегическими коммуникациями. Более того, это важнейший элемент системы управления любой организацией – как традиционной, так и инновационной.

Обращаясь к региональным предприятиям сферы услуг, мы видим, что распространение новых технологий и применение инноваций, в особенности в области коммуникаций, происходит очень медленно. Так, мы принципиально не согласны с исследователями, которые утверждают о масштабном применении новых технологий на предприятиях сферы услуг в Оренбургской области.



Рис. 4. Цифровые коммуникации

Для понимания структуры платных услуг, оказываемых населению Оренбургской области, мы обратились к данным Оренбургстата за 2022 г. В исследовании территориального органа статистики сказано о преобладающей доле транспортных, телекоммуникационных, жилищно-коммунальных и бытовых услуг в структуре объема платных услуг, оказываемых населению региона [2]. Примечательно, что доля услуг, связанных с активным проведением досуга, остается незначительной – 3,7% от общей массы платных услуг.

Анализ коммуникативной деятельности предприятий сферы услуг региона мы проводили среди организаций, оказывающих наиболее популярные для населения Оренбургской области услуги. В рамках исследования, мы проанализировали такие показатели как, наличие сайта, наличие приложения, активность компании в социальных сетях, а также использование других коммуникационных каналов и средств для общения с потребителями. Результаты анализа представлены на диаграмме (рис. 3).

Всего для проведения анализа было задействовано пять организаций в каждой области услуг. В выборку организаций попали как компании, представленные в различных регионах России, так и местные предприятия.

Анализ коммуникативной деятельности предприятий сферы услуг Оренбургской области показал, что большинство компаний в каждой из рассмотренных областей услуг имеет собственный сайт. Больше половины транспортных и телекоммуникационных компаний разработали и активно используют приложение. Среди компаний, оказывающих бытовые услуги, доля тех, кто использует приложение в коммуникациях с клиентами значительно меньше. Не используют эти компании и социальные сети. Исследование показало, что только 2 из 5 компаний в общении с клиентами используют какую-либо социальную сеть. В противовес этому показателю, более половины транспортных и телекоммуникационных компаний активно ведут социальные сети и взаимодействуют на этих площадках со своими клиентами.

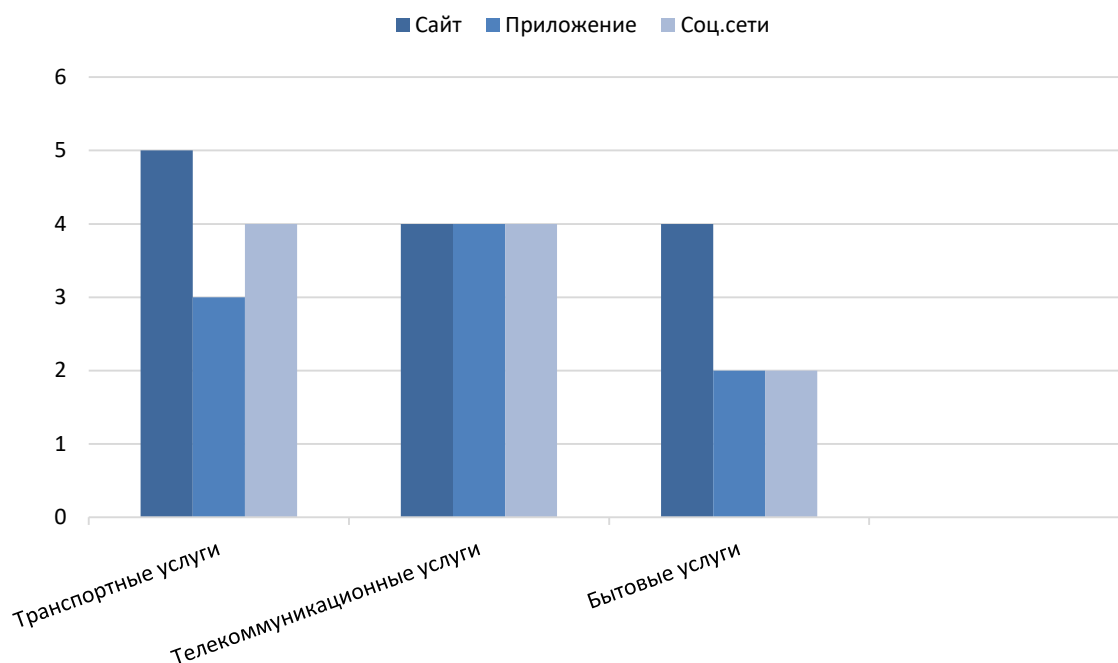


Рис. 3. Коммуникационные инструменты предприятий сферы услуг Оренбургской области

Интересно, что кроме названных каналов коммуникаций большинство компаний общаются с потребителями услуг в мессенджерах. Для взаимодействия активно используются WhatsApp и Viber. Однако, наиболее распространенным инструментом для коммуникаций с потребителями услуг, в особенности с корпоративными клиентами, до сих пор является электронная почта.

Крупные транспортные компании, такие как Деловые Линии и Байкал Сервис, помимо актуальных каналов коммуникаций с потребителями услуг, используют и традиционные средства коммуникаций. Например, компании создают специальные публикации, производят медиаконтент для СМИ, осуществляют персональные коммуникации с группами стейкхолдеров.

Наиболее инновационной из исследованных нами компаний оказалась транспортная компания «Деловые Линии». Во время пандемии компания активно начала внедрять в свою деятельность инструменты Big Data, которые активно использует и развивает по настоящее время. В аналитической заметке об использовании данного инструмента сказано следующее: «Внедрение данного решения уменьшило время на подготовку отчетов в 2-3 раза, улучшило качество сервиса и сократило издержки на работе персонала и расходе топлива».

Рассмотрим типичные ошибки, совершаемые организациями сферы услуг при коммуникации с потребителями, партнерами и т.д. Первая и основная ошибка – отсутствие понимания важности коммуникаций с потребителями услуг. Отсюда вытекают недофинансирование этой деятельности, отсутствие четкой коммуникационной стратегии. Вторая, не менее важная, ошибка – игнорирование инноваций. Организации будто зациклены на традиционных средствах коммуникаций.

На схожие ошибки указывает в своей работе и А. В. Береза Исследователь обращает внимание на недостаток финансов среди расходов на коммуникации, на тот факт, что компании не осваивают новые технологии, не разрабатывают инновационные проекты [3, с. 30].

Сегодня инновационные компании следуют таким трендам, как повышение мобильности связи, рост облачных коммуникационных услуг, активное использование в бизнес-коммуникациях социальных сетей [4, с. 55]. Как показывает практика, применение инноваций значительно удешевляет, при этом делает эффективным процесс коммуникации, в отличие от традиционных инструментов.

Таким образом, анализ коммуникативной деятельности предприятий сферы услуг Оренбургской области показал множество ошибок, которые совершают предприятия в области коммуникаций. По итогам анализа мы можем с уверенностью сказать, что руководители предприятий сферы услуг, зачастую,

недооценивают важность выстраивания коммуникационной стратегии, а также необходимость внедрения инноваций. Это, как показывает практика, приводит к низким показателям эффективности бизнеса и конкурентоспособности предприятия.

Список источников

1. Морозов, М. А. Цифровые коммуникации как инструмент повышения конкурентоспособности бизнеса / М. А. Морозов // Возможности и угрозы цифрового общества: Материалы конференции Всероссийской научно-практической конференции. – 2020. – С. 162-166
2. Объем платных услуг населению за январь-июль 2022 года / Орэнстат. – URL: <https://56.rosstat.gov.ru/news/document/178390> (дата обращения: 09.05.2023)
3. Береза, А. В. Тенденции развития сферы услуг в Оренбургской области / А. В. Береза // Символ науки. – 2018. - №3. – С. 28-31
4. Кузин, Д. В. Инновации в бизнес-коммуникациях и проблемы менеджмента / Д. В. Кузин, Н. Е. Ядова // Управленческие науки. – 2016. – Т.6. № 1. – С. 51-60

УДК 331

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: БАЗОВЫЕ ПРАКТИКИ И ТРЕНДЫ

ГУМЕРОВ АЗАМАТ РУСТАМОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Аннотация: В данной статье проводится обзор методов оценки персонала в современной организации, рассматриваются новые тенденции развития методов оценивания сотрудников в России. Раскрываются плюсы введения постоянной оценки в организации. Особое внимание уделяется новым методам оценивания, которые активно внедряются в Российские организации.

Ключевые слова: оценка персонала, компетенции, методы оценивания, критерии оценивания, управление персоналом, развитие персонала.

PERSONNEL EVALUATION SYSTEM IN A MODERN ORGANIZATION: BASIC PRACTICES AND TRENDS

Гумеров Азамат Рустамович

Abstract: This article reviews the methods of personnel evaluation in a modern organization, discusses new trends in the development of methods of employee evaluation in Russia. The advantages of introducing a permanent assessment in the organization are revealed. Special attention is paid to new assessment methods that are being actively implemented in Russian organizations.

Key words: personnel evaluation, competencies, evaluation methods, evaluation criteria, personnel management, personnel development.

В современном мире все стремительно и динамично развивается. Сфера бизнеса не исключение. Конкуренция растет и ужесточается. Компании, которые не хотят обанкротиться должны ежедневно развиваться и улучшаться. Главным ресурсом развития естественно является персонал организации. Чтобы данный ресурс качественно выполнял свои функции его также необходимо непрерывно развивать и обучать. Любое обучение и развитие начинается с оценки, все эти процессы взаимосвязаны, на данный момент существует огромное количество методов и способов оценивания сотрудников. [1, с. 334-335].

Оценка персонала – это набор методов и инструментов направленный на выявление характеристик сотрудника. Существует несколько целей оценивания: это отбор «лучших» при найме, отбор «лучших» в кадровый резерв и на вышестоящую должность, определение соответствия занимаемой должности сотрудника, определение направлений индивидуального развития (для выявления сильных и слабых сторон человека), планирование корпоративного обучения (уровневые программы развития, оценка уровня команды, планирование уровневой командной программы), планирование индивидуальной карьеры (получение информации о компетенциях сотрудника, выявление зон на которые нужно обратить внимание, какой потенциал есть у человека и как быстро он может осваивать новые виды деятельности). Ключевая цель оценки это предоставление информации для принятия управленческих

кадровых решений. На основе этой информации происходит выборка сотрудников, которые больше соответствуют и подходят для решения установленных задач компании. Результатом любой оценки является информация. В первую очередь полученные данные должны быть достоверными и качественными. Качественной информацией является информация, которая предсказывает будущую эффективность сотрудника на работе. Она, безусловно, должна быть своевременной и актуальной, а так же понятной и полезной для руководителей для принятия управленческих кадровых решений. Немаловажным критерием является цена этой информации, она должна быть экономически оправданной.

Оценка в системе управления персоналом занимает достаточно важную роль. У лидеров организации есть сформированное видение развития компании, из этого рождается стратегия организации. Она может быть долгосрочной, как это было до 2020 года, сейчас в компаниях появилась тенденция построения более дискретных стратегий на меньший период из-за активных изменений в мире. Исходя из того какую компанию хотят построить руководители, появляется видение, описание идеального сотрудника, который будет, удовлетворят все требования и запросы организации. Общий подход к описанию это модель компетенций. Определяется качество, эффективное поведение, которое нужно организации на разных уровнях управления. После этого появляется необходимость в системе оценки. Система оценки важных качеств сотрудников является сквозной во всех процессах управления персоналом. Людей подбирают, оценивая нужные для компании компетенции. Для развития нужных компетенций, сотрудников мотивируют разными способами, на пример через систему грейдов (информация об окладах и ступенях развития в зависимости от квалификаций). Система оценки компетенций является сквозным, базовым фундаментом для построения системы управления персоналом. [2, с. 33].

Существует несколько уровней реализации системы оценки персонала. Первый уровень: Отсутствие системы оценки. Все решения и назначения по людям основываются на субъективном мнении руководителя. Отсутствуют заранее определенные критерии и научно-обоснованные методы. Качество решений зависит от личных компетенций руководителя (на сколько человек разбирается в людях). Второй уровень: Оценка как проект. Время от времени в компании происходит формирование критериев оценки для определенной категории сотрудников. Происходит разработка процедур методов оценки и проведение оценки под конкретные задачи организации. На данном уровне оценка используется при необходимости формирования кадрового резерва, под какую то определенную позицию. Создается профиль должности, определяется и проводится процедура оценки, собирается кадровый резерв. Отсутствует регулярный процесс оценки. Третий уровень: Оценка как процесс. В компании оценка становится регулярным бизнес процессом и является постоянно существующей задачей, которую регулярно нужно решать. В данном случае в организации разрабатываются модели компетенций и профили должностей. Определяются понятные научно-обоснованные методы оценки, а также стандартизируется процесс оценки. Компания ведет регулярную оценку всех сотрудников, оценивая с точки зрения результативности и компетенций. Выполняется цикл логических, взаимосвязанных этапов, который рассчитывается на год и больше. В данном случае компания получает регулярную информацию о потенциале всех сотрудников, формируется традиционная матрица результативности по каждому сотруднику. Четвертый уровень: Проективная система оценки. В компании разработаны HR сервисы, позволяющие каждому сотруднику получить информацию о требованиях к должностям на любом уровне. В личном кабинете сотрудник может сам инициировать прохождение той оценки, которая ему необходима в зависимости от должности, на которую он претендует. Сотрудник получает доступ к информации о своих сильных и слабых сторонах и зонах развития. Построены все карьерные маршруты, сотрудник понимает, на какие позиции он может претендовать. Опираясь на такой сервис человек, может самостоятельно составить индивидуальный план развития, делать запросы на обучение. От третьего уровня данный уровень отличается тем, что в этом случае ответственность за оценку и собственное развитие передается самому сотруднику. [3, с. 95-118].

На сегодняшний день существует множество методов оценки персонала. В 2020 году международная компания «SHL LATR» провела исследование тенденций в области оценки персонала. Были опрошены около 300 HR-специалистов и руководителей из разных отраслей российского бизнеса. По результатам опроса, самым распространенным методом оценки является «интервью по компетенци-

ям» его применяют 87%. Также часто применяются «тесты навыков и знаний». Появляется тенденция внедрения высокотехнологичных инструментов оценки. [4, с. 53-59].

Тренды в оценке персонала: 1. Дистанционность. Популярность объясняется дешевизной и возможностью собрать всех участников оценки в одном месте. С этим трендом происходит рост рынка автоматизированных инструментов оценивания. 2. Скорость. Это большой запрос на быструю оценку. Мир быстро меняется и люди уже не готовы долго ждать и проходить длительные процедуры оценки, они просто отваливаются. 3. Рост интереса к оценке команд. Для получения высоких результатов нужна командная работа.

В России рынок оценки стремительно развивается, появляются новые методы, модернизируются старые. Рассмотрим новое в методах и критериях оценки:

1. Виртуальный центр оценки. Это формат, который проводится в дистанционном формате. Участники проходят интервью, участвуют в групповых дискуссиях, делают аналитические презентации в виртуальных личных кабинетах. Эксперты оценивают участников по видео связи, используя полуавтоматизированные оценочные листы. В России такая система используется только в 27% организаций.

2. Анализ организационных сетей. Это подход к оценке взаимодействия сотрудников и подразделений, в котором выясняется истинная организационная структура. Информация собирается посредством анкетирования и анализа деловой переписки. По результатам строятся схемы коммуникаций между сотрудниками.

3. Оценка благонадежности. Это стремление человека следовать этическим принципам. В компании же это проявляется в следовании корпоративным правилам.

4. Задача-ориентированная оценка. Это подход к оценке персонала, в котором единицей измерения является не компетенция и навык, а задачи, которые предстоит выполнять сотруднику.

5. Кейс-тесты. Это метод оценки персонала, в котором участник решает реальную проблемную ситуацию. Этот метод является достаточно эффективным и валидным, так как участники более вовлечены в процесс.

В заключении хотелось бы отметить, что управление персоналом, без проведения регулярной оценки просто невозможно. Каждый руководитель понимает, что бизнес делают люди и неизменно задается вопросом об эффективности своих подчиненных. Оценка персонала это важнейший инструмент достижения целей компании. При внедрении методов оценки, компания получает возможность построить четкую и слаженную систему подбора сотрудников, развить навыки текущего персонала, провести оптимизацию штата бизнес процессов. При правильном использовании понятная и прозрачная система оценки станет эффективным инструментом, который позволит повысить лояльность сотрудников. Российский HR-менеджмент еще очень молодой. И не все компании понимают ценность вложений в эти процессы. Но те руководители, кто уделяет внимание оценке персонала, ее качеству и подаче обратной связи сотрудникам, однозначно получают видимый результат.

Список источников

1. Семина А.П. Новые направления обучения персонала в компаниях // Реформы в России и проблемы управления – 2016. Материалы 31-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. М.: 2016 – С. 334-335.
2. Семина А.П., Федотова М.А., Тихонов А.И. Обучение персонала в современных компаниях: проблемы и новые направления // Московский экономический журнал. 2016. №3. – С. 33.
3. Карпова Т. П. Исследование и построение системы управления развитием персонала организации // Управление и экономика: исследования и разработки: монография / под общ. ред. К. Б. Герасимова. Пенза: ПГАУ, 2021. С. 95-118.
4. Карпова Т. П. Механизм совершенствования подпроцесса управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития предприятия // Вестник Самарского муниципального института управления. 2021. № 1. С. 53-59.

UDC 005.56

POSITIONAL AND RESOURCE APPROACHES IN THE ONE BUSINESS SPACE SYSTEMS MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF MAXIMUM TURBULENCE OF THE ENVIRONMENT

SHIRINOV ADIL SHAMIL OGLY

postgraduate

*FSAEI HE «Kazan (Volga Region) Federal University
(FSAEI HE-K(VR)FU)**Chairman of the board of directors,
PJSC SOLLERS, Moscow, Russia*

Abstract. The ability of business and related enterprises that are part of the one business space system of industrial cooperation to possess and develop managerial and hard-to-copy resources determines the modern trend of strategic enterprise management in conditions of a maximum level of uncertainty in the external environment. At the same time, positional and resource-oriented approaches in the company's strategy should be harmonized and complement each other.

Key words: one business space, industrial cooperation, hard-to-copy resources, team building, unified system of space business management, human capital, positional approach, resource approach.

ПОЗИЦИОННЫЙ И РЕСУРСНЫЕ ПОДХОДЫ В МЕНЕДЖМЕНТЕ СИСТЕМ ЕДИНОГО БИЗНЕС-ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ МАКСИМАЛЬНОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. Способность бизнеса и связанных с ним предприятий, входящих в системы единого бизнес-пространства производственной кооперации обладать и развивать управленческие и труднокопируемые ресурсы, определяет современный тренд стратегического управления предприятием в условиях максимального уровня неопределенности внешней среды. При этом, позиционный и ресурсно-ориентированный подходы в стратегии компании должны быть гармонизированы и дополнять друг друга.

Ключевые слова: единое бизнес-пространство, производственная кооперация, труднокопируемые ресурсы, формирование команды, единая система управления бизнес-пространством, человеческий капитал, позиционный подход, ресурсный подход.

For any enterprise, the formation of a team that must not only overcome all difficulties, but also correctly determine the goals and solve the problems of enterprise development, both during periods of stable economic development and during periods of instability in the external environment, is of great importance. Interaction within the framework of vertical and horizontal cooperation [1, p. 26] in the one business space (OBS) systems paradigm [2, p. 14] requires a special approach by the top management of the enterprise to the formation of the enterprise team as a single team working in the same paradigm. Moreover, the management of OBS systems does not require a creation of a new structural unit or a separate project team, but the extension and expansion of current functions of employees interacting with external organizations included in OBS systems according to the matrix scheme. The main addition to the functions of employees is the development of the neces-

sary competencies of the company's business partners in the value chain to complete and resolve the tasks and achieve the goals of the enterprise.

«Any organization exists and operates in an environment. Each action of every organization without exception is possible only if the environment allows its implementation» [3,p.20]. At the same time, “the internal and external environments are sources not only of strength and resources, respectively, but also of problems as well as restrictions,” says O.S. Vihansky [4,p.20]. In our opinion, it is obvious that these two spaces are the most important components of one business space for the strategic management of the organization.

The one space management requires the coordination of all types of complex enterprise processes in real time, which leads to an increase in the internal complexity of the enterprise (Ashby's law of requisite variety [5. p.432]), the ability to record and predict changes in the external environment and use them to your advantage, while acquiring new skills and competencies.

Requirements for counterparties and, for example, suppliers in the field of quality, standardization, pricing, software and information interaction, terms of delivery and payment, level of localization and pricing in particular [6, c.39] in OBS systems and much more, including the mirror requirements of first-level suppliers to second-level suppliers, and so on, broadcasting throughout the “production and technological chain” [7, p.5], including international one, can be considered as aspects of OBS systems management: “The indicated principles and approaches to the definition of OBS systems and their system-forming features give rise to new requirements for the competencies of the management and the team of enterprises that implement the strategy for their design, stimulate new business relationships and impose new requirements to the organization of work with business on the part of the authorities of the host region, while forming a unified business space management system - Unified System of Space Business Management (USSBM) [2, p.15].

If an enterprise can formulate the above requirements to third parties, this means that these requirements are implemented at the enterprise itself and the management of these aspects is at the proper level. Thus, we can conclude that managers who have the competence to implement and manage modern processes at their enterprise are also able to broadcast these processes throughout the depth of the supply chain. In turn, this means that the value of the management resources of such a company is obvious and has a certain cost. That cost that can be expressed: in the absence of complaint costs from buyers and failure in production processes, in the level of localization and, accordingly, received state preferences, in the optimal price for purchased basic components and materials, savings on payment terms, etc.

The significant impact of human capital as an enterprise resource on the development of an organization indicates the need to understand the phenomenon of social responsibility of an enterprise as a tool for strategic management in the modern business environment in Russia. If in the 1970s the principles of social responsibility of organizations (corporate social responsibility), which were confirmed in 2000 by the Lisbon strategy, adopted as a policy document for the socio-economic development of the European Union, were already widely practised in developed countries: “The European Council draws special attention to the corporate sense of social responsibility of companies in relation to best practices in the field of lifelong learning, work organization, equal opportunities, social inclusion and sustainable development” [8, article 39], in Russia there is still no common understanding or acceptance from the top-management level for the need to take this factor in account as the one significantly affecting the economic growth of the enterprise. Of course, this attitude began to change, in our opinion, in the context of the emerging shortage of professional personnel and the need for non-standard thinking associated with the need to form new strategies for the development of enterprises as a result of increased turbulence in the external environment.

From our point of view, the gap between the management of the organization's understanding of the existing dependence of investment in the development of human resources of the enterprise and the growth of economic indicators is due to the inefficient use of strategic management tools in conditions of strong amplitudes and fluctuation frequencies of uncertain environmental conditions.

The prevailing influence of the three competitive strategies put forward by Porter [9,p.24]: cost advantages, differentiation and concentration are aimed at the fastest and total capture of sales markets. In this approach, according to many researchers, and especially Edith Penrose, starting with the work “The Theory of Growth of the Firm” [10, p.31,75,149] published in 1959, the impact on the situation and the resources: human

potential, built structure, business processes are being underestimated and the state and quality of which, as well as the possibility of their prompt change directly affect the implementation of the enterprise development strategy. It is the stage of implementation of the strategy, during which the social aspects of management, the availability of unique and high-quality resources are involved, that is, the resource approach is applied, that largely determines the success of achieving the desired result.

Most notably the importance of having labour resources with high levels of competencies, which we refer to as hard-to-copy resources, manifests itself at those moments in the development of an organization when the competitive environment reaches an "equilibrium" state with the enterprise in terms of other parameters and no one else on the market already has neither technological or financial, no other benefits. The importance of such resources is also emphasized in the conditions of doing business in a rapidly changing and highly turbulent environment.

An unequivocal attitude to the value of human capital and the culture of an organization in the context of the economic development of an enterprise was expressed by Yitzhak Adizes: «Which resource is the most important one in the organization? Certainly not money: if there is a market, it will come. Definitely not a market, because if you have the technology, you will find your market. But it is not a technology either, because if you have money, you can buy any technology. The most important potential of a company is its culture. The same is true for people...» [11, p.25].

Mankind has entered the age of digitalization of all aspects of its activities on a grand scale, from solving domestic to global socio-economic problems, and without the development of appropriate resources, it will hardly be possible to successfully develop business in the conditions of the fourth industrial revolution and be ready to diversify the enterprise for the next technological order.

That is why, given the above, at the present stage, the resource approach begins to prevail in strategic management models in developed countries and, in our opinion, is gradually gaining popularity in the business environment of the Russian Federation.

«Obviously, both for cognitive and utilitarian reasons, the positional and resource-oriented approaches should be considered not as alternative, but as complementary. Objectively, they are not competitive in terms of methodology; if the object and the research problem coincide, they approach them from two different sides, which is required to form a coherent picture [12, p.8].»

It is the possibility of using this symbiosis, in our opinion, with all the difficulties of their mutual harmonization in the development of a company's strategy, that creates the necessary conditions for formulating and implementing an approach to the development of an organization. In which, in order to improve the competitive position in the market in conditions of high turbulence of the external environment, it is required and important not only the resource supply of the enterprise and its quality, but also the acquisition of the possibility to implement rapid adaptive changes, the evolution of these resources to a new rapidly changing external environment.

OBS systems are inherently a powerful adaptive tool that allows you to quickly build new links in the chains of industrial cooperation [1, p.25], solve the problems of import substitution and localization, for example. This is due to the fact that, according to many researchers of inter-firm interaction, the higher the branching of network formation, that is, institutionality [13, p.50-57], the higher the ability of an enterprise as an open system with feedback to adapt to complex and rapidly changing business management realities.

Given the above, we can conclude: the symbiosis of two approaches, positional and resource based, taking into account the presence of the adaptive properties of the organization, is a modern innovative trend in strategic management, behind which is the future of the successful Russian business community development. This approach is of particular importance in intercompany interaction systems, complex production and technological chains, since it must be implemented at all enterprises included in these systems.

It should be added that it is not enough to acquire, for example, unique management resources at the labor market and form a team of like-minded people, but it is also necessary to create an institution for the reproduction of such resources within the organization.

«One of the main tools for team building is staff training. Education should assist the person in the formation and creation of new mental models, help him become who and what he would like to be.» [14, p.5].

The main goal of such reproduction system should be the desire to develop a key competence today - the formation of innovative creative thinking - the basis for the successful development of the organization and OBS systems in the future.

References

1. Shirinov A. Sh. Sistema yedinogo biznes-prostranstva kak forma realizatsii proizvodstvennoi kooperatsii /A.Sh. Shirinov// «Kazanskiy ekonomicheskii vestnik». 2023. № 1 (63) .P.25-33.
2. Shirinov A. Sh. Kontseptsiya i printsiy formirovaniya biznes-prostranstva kak faktor dostizheniya garmonizatsii upravleniya izmeneniyami organizatsii v usloviyakh neopredelennosti vneshnei sredy / A.Sh. Shirinov // Kazanskiy ekonomicheskii vestnik. – 2020. – № 5(49). – P. 11-22.
3. Vihansky O.S. Strategicheskoye upravleniye: Uchebnik. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Gardariki, 1999. 296 p.
4. Ibid, p.20
5. Ashby U.R. Vvedeniye v kibernetiky. M.: Inostrannaya literatura, 1959. 432 p.
6. Shirinov A. Sh. Lokalizatsiya kak faktor snizheniya izderzhok v tsepotchkakh dobavlennoi stoimosti v avtomobilstroenii / A.Sh. Shirinov // Gorizonty ekonomiki. – 2021. – № 4(63). – С. 38-54.
7. Safiullin M. R. Postroenie i ekonomicheskaya otsenka proizvodstvenno-tehnologicheskikh tsepotchek: na primere neftegazokhimiticheskogo kompleksa RT / M. R. Safiullin, A. A. Safina. – Kazan: Kazan (Volga Region) Federal University, 2013. 148 p.
8. Lisbon European Council. 23 and 24 March 2000. Presidency conclusions. [Digital resource: URL: https://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm#:~:text=PRESIDENCY%20CONCLUSIONS&text=The%20European%20Council%20held%20a,of%20a%20knowledge%2Dbased%20economy].
9. Porter M. Konkurentnoye preimushchestvo: Kak dostitch vysokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost. M. Porter// per. s angl. E. Kalinina.. — M.: Alpina Publisher., 2016. 715 p.
10. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm. — Oxford: Basil Blackwell; and N. Y.: Wiley, 1959. 304 p.
11. Adizes I.K. Razmushleniya o menedzhmente / I.K. Adizes// v perevode M. Ishkovoy. M., «Mann, Ivanov i Ferber» 2016. 368 p.
12. Karlik A.E., Platonov V.V. Resursno-orientirovannyi podkhod v mezhdistsiplinarnoy perspektive / A.E Karlik., Platonov V.V.// Finansy i biznes. № 4 2013 (V. 9). 12 p.
13. Meyer G, Rowan B. Institutsionalizirovannyye organizatsii: formalnaya struktura kak mif i tseremonial. / G. Meyer, B. Rowan// Ekonomicheskaya sotsiologiya. V. 12. № 1. January 2011 (translation 1977). P.43-67.
14. Galin Z.A., Gaisin E.D., Frolova O.N. (2020). About the rules for forming a management team. / Z.A. Galin, E.D Gaisin., O.N. Frolova//The Eurasian Scientific Journal, [online] 6(12). 9 p.

УДК 33

К ВОПРОСУ О ДИНАМИКЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

ВОРОБЬЕВА О.В.,

д.э.н., доцент

ФИСУН А.Д.

студент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»

Аннотация: в данной статье рассматривается система стратегического управления организацией, производственным предприятием на современном этапе развития российской и мировой экономики. Уделяется внимание роли методов управления в процессе деятельности организации или производственного предприятия. Дана характеристика методов управления, уделено внимание сильным и слабым сторонам основных методов, предложены мероприятия по совершенствованию системы стратегического управления организации.

Ключевые слова: система стратегического управления, методы управления, стратегическое планирование, стратегия, кадровый резерв, мотивация, социально-психологические методы, профессиональные и личностно-деловые компетенции.

В условиях переходной экономики, на начальной стадии развития рыночных отношений руководители и специалисты российских предприятий и коммерческих структур должны осваивать адекватные методы и процедуры управления. К их числу относится стратегический менеджмент, обеспечивающий предприятиям эффективное достижение перспективных целей на основе удержания конкурентных преимуществ и соответствующего реагирования на изменения внешней среды [1].

Существует множество понятий стратегического управления. Рассмотрим основные из них.

Стратегическое управление определяется как комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития.

Так, И. Ансофф рассматривает стратегическое управление как состоящее из двух взаимодополняющих подсистем: анализа и выбора стратегической позиции и оперативного управления в реальном масштабе времени [2].

Стратегическое управление – это комплексная система постановки и реализации стратегических целей предприятия, основанная на прогнозировании среды и выработке способов адаптации к ее изменениям, а также воздействия на нее. В задачи стратегического управления входят обеспечение целевой направленности всей деятельности предприятия; учет влияния внешней среды; выявление новых возможностей развития и факторов угрожающего характера.

Отдельной сферой управленческой деятельности является стратегическое планирование. Цель и результат стратегического планирования заключаются в формировании стратегии предприятия – системы взаимосогласованных стратегических решений по основным направлениям деятельности и развития предприятия. Стратегия – это совокупность стратегических решений, определяющих основные

аспекты деятельности предприятия [3].

Проанализируем систему стратегического управления на примере компании нефтегазового рынка, «Роснефть». Ключевым документом, позволяющим анализировать систему стратегического управления данного предприятия является стратегия «Роснефть –2030» (далее – Стратегия). Стратегия была утверждена Советом директоров в конце 2021 года. В рамках данной стратегии одно из основных направлений деятельности компании – ее кадровая политика.

Охарактеризуем ключевые направления в области кадровой политики в новой стратегии «Роснефть – 2030»:

1) Развитие системы кадрового резерва:

- проведение кадровых комитетов, отбор, оценка качественного состава кадрового резерва на целевые позиции;
- выявление высокопотенциальных резервистов для развития лидерского потенциала компании;
- реализация индивидуальных программ развития, повышение уровня развития управленческих компетенций.

Программа кадрового резерва включает выявление перспективных работников, их целевую подготовку и продвижение на ключевые управленческие позиции. Для компании программа кадрового резерва – это гарантия эффективности бизнеса, для работников – возможность развития и карьерного роста.

2) Совершенствование мотивации персонала.

3) Программа по обмену перспективными кадрами внутри организации. Развитие проектного управления.

4) Совершенствование проектного управления с учетом лучших практик для обеспечения успешной реализации ключевых проектов.

Анализ кадрового состава ПАО «НК Роснефть» осуществляет регулярное и целенаправленное исследование кадрового состава акционерного общества по таким характеристикам как: возраст, пол, квалификация, образование, стаж работы и другим социально-демографическим признакам.

Регулярно проводится анализ качественного и количественного состава персонала со средним и высшим специальным образованием, выявление качественного уровня расстановки сотрудников по должностям. Также акционерное общество стремится к рациональному применению специалистов со средним и высшим специальным образованием и внедрению ряда других кадровых мероприятий.

Очевидно, что для того, чтобы путь к совершенствованию системы стратегического управления лежит через развитие мероприятий, направленных на развитие персонала, его навыков, умений, квалификаций и в целом, всего набора значимых и актуальных компетенций, как профессиональных, так и личностно-деловых. В этом направлении любой нефтяной компании российского рынка энергоресурсов может быть полезен опыт ПАО «Газпром», где наработка актуальных для корпорации и ее подразделений компетенций поставлена на очень высоком уровне [4]. Кроме того, в компании разработана система, позволяющая оценивать результативность системы управления персоналом, что и позволило корпорации в дальнейшем внедрить компетентностный подход [5].

Благодаря грамотно построенной системе стратегического управления персоналом могут быть решены следующие задачи:

- обеспечение организации, предприятия рабочей силой требуемого количества и качества, в установленные сроки в соответствии с выбранной стратегией;
- решение ключевых задач и проблем, связанных с функциональными организационными структурами управления;
- формирование требуемой внутренней среды организации, в которой корпоративная культура будет способствовать воспроизводству и реализации рабочего персонала;
- возможность разрешения ключевых конфликтов централизации и децентрализации управления персоналом, через разделение полномочий и задач между руководителями и подчиненными [6].

Именно эффективная и результативная стратегия управления персоналом обладает потенциалом по структурированию работы с сотрудниками организации в единую, централизованную систему, направленную на достижение производительности организации и на требуемом уровне.

В целях формирования раковой стратегии используются различные экономические, социально-психологические и административные методы. Рассмотрим понятие методов управления. Автором представляется актуальным следующее определение: Методы управления – это способы, приемы управленческой деятельности, с помощью которых работа трудового коллектива направляется на достижение стоящих перед ними целей [7].

Административные методы оказывают прямое воздействие на объект управления через приказы, распоряжения. Данные методы управления обеспечивают дисциплину труда и организационную четкость. Они отличаются от других методов управления четкостью выполнения указаний и распоряжений. Административные методы управления разнообразны, однако их можно классифицировать по направлениям воздействия:

- распорядительные (регламентирование);
- организационно-стабилизирующие (нормирование);
- дисциплинирующие (инструктирование).

В нефтегазовой отрасли эти методы управления занимают почетное первое место, гарантируя высокий уровень дисциплины, строгое соблюдение нормативных документов, критических сроков, и в целом, безопасное функционирование всего ТЭК.

Экономические методы управления персоналом на предприятиях нефтегазовой отрасли, без сомнения, способствуют выявлению новых возможностей и резервов, в том числе они направлены на изменение системы материального стимулирования с учетом экономических интересов всех участников трудового процесса и норм законодательства, изменений межотраслевых и отраслевых соглашений. Экономические методы управления в отличие от административных воздействуют на объект управления косвенно.

Социально-психологические методы управления основаны на использовании в процессе управления персоналом социальных и психологических интересов не только коллектива в целом, но и его отдельных работников. В результате у организации появляется определенная совокупность специфических способов воздействия на работников организации в процессе их трудовой деятельности, а также их личные отношения и связи. Эти методы основаны на использовании моральных стимулов к труду. Они действуют на личность с помощью психологических приемов, позволяют перевести восприятие административных задач в категорию сознательного долга работника перед обществом, организацией. Таким образом, формируется внутренняя потребность человека в трудовой деятельности. При использовании социально-психологических методов используются наблюдения, тесты, анкетирования, проектная работа и т.д [8].

Один из способов классификации социально-психологических методов – иерархия социальных процессов по уровням: общество, коллектив, группа, личность.

Выбор в системе управления каких-то определенных методов происходит в процессе сопоставления целей и возможностей обеих сторон: как руководителей, так и сотрудников. Эффективность и результативность использования различных методов управления зависит от многих факторов, например, от общего уровня развития производства, квалификации кадров управления, состояния производства, трудовой и технологической дисциплины, психологического климата в трудовых коллективах и от общей социально-экономической ситуации в компании, регионе, стране и мире в целом.

Для того, чтобы усовершенствовать систему стратегического управления ПАО «НК «Роснефть», авторы предлагают следующие мероприятия:

- в целях дополнительной мотивации, профессионального развития персонала и повышения престижа трудовой деятельности предлагается на постоянной основе проводить конкурсы профессионального мастерства, в результате которых работники смогут получать новые знания и нарабатывать актуальные компетенции;
- формирование организационной среды для самореализации и саморазвития субъектов управления, то есть введение организационных нововведений, которые ориентируют работника на самореализацию, влияют на стремление внести личный вклад в общее дело компании;
- введение эффективной системы поощрения сотрудников за инновационные идеи, поскольку

быстрая обратная реакция со стороны руководства на предложения работников мотивирует сотрудников активно предлагать новые идеи и принимать участие в их внедрении в организации;

- совершенствование системы материального поощрения, включая премирование, повышение заработной платы тех сотрудников, которые достигают значительных результатов в своей работе, увеличение дополнительных выплат и компенсаций для сотрудников, работающих в отдаленных районах и с вредными производственными факторами;

- программа по обмену перспективными кадрами внутри организации или подразделения, т.е. различные виды горизонтальной и вертикальной ротации персонала, позволит компании снизить затраты на найм и обучение сотрудников, снизить текучесть кадров, создаст условия для карьерного роста, повысит эффективность деятельности компании, позволит наиболее быстро достигать поставленных целей и задач, улучшить морально-психологический климат в коллективе.

Таким образом, система стратегического управления играет значимую роль в деятельности компании. Основным показателем эффективности стратегического менеджмента всегда выступает его развитие и степень достижения поставленных целей, а залогом эффективного бизнеса считается стратегия. Правильно выбранная стратегия компании способна сделать ее конкурентоспособной на внешнем и внутреннем рынке. В современных условиях функционирования предприятия методы управления существенно влияют на планирование, организацию и выполнение управленческих функций. Они оказывают воздействие на управление всей организацией (бизнесом), или на ее структурное подразделение. Предложенные методы помогут усовершенствовать стратегическое управление в ПАО «НК «Роснефть» и сделать компанию еще более адаптированной к требованиям внешней среды.

Список источников

1. Тяжелков М.В. Процесс управления российскими промышленными предприятиями [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-upravleniya-rossiyskimi-promyshlennymi-predpriyatiyami/viewer>
2. Экономика и организация производства: учебное пособие / под ред. Ю. И. Трещевского, Ю. В. Вертаковой, Л. П. Пидоймо ; рук. авт. кол. Ю. В. Вертакова. — Москва : ИНФРА-М, 2021.
3. Антонов, Г. Д. Стратегическое управление организацией : учебное пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 239
4. Воробьева О.В., Воробьева Л.Е. Система непрерывного кадрового планирования: проблемы и перспективы формирования // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2016, Т.67, № 3 С.119
5. Воробьева О.В., Воробьева Л.Е. Анализ тенденций интеграции систем менеджмента в дочерних обществах ПАО «Газпром» // Нефть, газ и бизнес, 2017, № 10 С 3 -5.
6. Ермаков Д.Н. Теоретические аспекты стратегического управления человеческими ресурсами (на примере компаний нефтяного сектора) [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-strategicheskogo-upravleniya-chelovecheskimi-resursami-na-primere-kompaniy-neftyanogo-sektora/viewer>
7. «Тимофеева, Н. С. Введение в управленческую деятельность : учебное пособие / Н. С. Тимофеева, Л. Б. Гармаева. — Улан-Удэ : Бурятская ГСХА им. В.П. Филиппова, 2022. — 92 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/284219> (дата обращения: 21.04.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.» (Тимофеева, Н. С. Введение в управленческую деятельность : учебное пособие / Н. С. Тимофеева, Л. Б. Гармаева. — Улан-Удэ : Бурятская ГСХА им. В.П. Филиппова, 2022. — 92 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/284219> (дата обращения: 21.04.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 34.)
8. Сущность применения социально-психологических методов управления [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-primeneniya-sotsialno-psihologicheskikh-metodov-v-upravlenii/viewer>

МАРКЕТИНГ

УДК 331.5.024.54

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ: СЕКРЕТ УСПЕХА

ТЕРЕШОНОК ВИКТОРИЯ АНДРЕЕВНА,

студент

ТОКМАКОВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА

кандидат экон. наук, доцент кафедры маркетинга и предпринимательства
Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева,
Орёл, Россия

Аннотация. В статье рассматривается понятие вирусного маркетинга и социальных сетей, так как это неотъемлемая часть друг друга. Так же были выявлены советы по разработке эффективной кампании вирусного маркетинга.

Ключевые слова: вирусный маркетинг, соцсети, интернет, маркетинг, продвижение брендов.

VIRAL MARKETING: THE SECRET OF SUCCESS

Tereshonok Victoria A.,
Tokmakova Elena N.

Abstract. The article discusses the concept of viral marketing and social networks, as they are an integral part of each other. Tips for developing an effective viral marketing campaign were also identified.

Key words: viral marketing, social networks, Internet, marketing, brand promotion.

Введение. Современный виртуальный мир – это сложный «организм», который требует от различных коммерческих структур всё более новые и новые способы продвижения товаров и услуг, и, когда традиционные методы продвижения в виртуальном пространстве не работают, необходимо искать более креативные подходы. Таким подходом, в XXI веке является вирусный маркетинг – «сарафанное радио» высокотехнологического мира.

Основная часть. Когда мы говорим о вирусном маркетинге через Интернет, можно с уверенностью сказать, что социальные сети являются центральной точкой вирусного маркетинга. В настоящее время видеоконтент, такой как смешные, эмоциональные, уникальные, информативные или удивительные видеоролики, является лучшим способом сделать что-либо вирусным на платформах социальных сетей, таких как Facebook, Twitter, Instagram и т.д.

Количество пользователей социальных сетей в России на начало 2023 года эквивалентно 73,3 % от общей численности населения.

В соответствии с последними данными, на начало 2023 года в России было зарегистрировано 91,50 миллиона пользователей старше 18 лет, которые активно пользуются социальными сетями.

Это число составляет примерно 79,9% от всей численности населения в возрасте 18 лет и старше. Таким образом, можно сделать вывод – социальные сети являются неотъемлемой частью повседневной жизни большинства российских пользователей Интернета.

Если говорить об общих данных, то ситуация следующая: 83,0 % пользователей Интернета в России (независимо от возраста) использовали по крайней мере одну платформу социальных сетей в январе 2023 года. Из них 54,8% юзеров – женщины, а 45,2% — мужчины [1].

Что касается рейтинга популярных в России социальных сетей: самой востребованной платформой оказался ВКонтакте; на втором месте – Telegram, на третьем – WhatsApp.

Когда дело доходит до распространения узнаваемости бренда, каждый маркетолог хочет охватить как можно более широкую аудиторию, а это означает создание контента, который может стать вирусным.

Вирусный маркетинг — это создание и распространение контента (видео, обновления в социальных сетях, записи в блогах и т.д.), который быстро распространяется и достигает невероятного успеха.

Речь идет о десятках или даже сотнях миллионов просмотров!

Хотя удача и выбор времени определенно играют важную роль, правильное планирование и понимание того, что движет вашей аудиторией, также являются ключевыми для того, чтобы это маркетинговое чудо произошло.

Рекламные объявления и кампании становятся вирусными не только потому, что они хорошо подготовлены – люди распространяют их из уст в уста в социальных сетях, потому что их эмоции были задействованы [3].

Фактически, исследование, проведенное, показало, что вирусный онлайн-контент объединяет три основных элемента, которые позволяют:

- вызывайте широкий спектр эмоций (от благоговения до смеха);
- вызывайте позитивные чувства, такие как радость, предвкушение и доверие;
- содержат элемент неожиданности.

Добиться собственного вирусного успеха будет непросто, но отличным первым шагом будет извлечь уроки из лучших кампаний, которые нашли отклик у их аудитории. Кто может забыть культовый конкурс ALS ice bucket challenge 2014 года? На самом деле, в то время это был самый известный хэштег / тренд в Twitter и других социальных сетях. Но в чем именно заключалась задача ice bucket challenge? Как это стало настолько вирусным? Был ли это фактор удачи или что-то еще?

Конкурс ice bucket challenge был маркетинговой кампанией по повышению осведомленности о заболевании - боковом амиотрофическом склерозе (БАС) и сбору средств для него. Интересно, что кампания стала настолько вирусной, что вызов приняли 17 миллионов человек по всему миру. Самое главное, что кампания смогла собрать 115 миллионов долларов всего за 8 недель [2].

Эти типы маркетинговых кампаний классифицируются под заголовком “вирусный маркетинг”, и да, это полностью спланированные маркетинговые кампании для продвижения бренда, продукта или услуги.

Правда в том, что стать вирусным не так-то просто, если вам не повезет. Вот несколько советов по разработке эффективной кампании вирусного маркетинга.

- выберите свою целевую аудиторию и поработайте над их поведением, предпочтениями, интересами, желаниями, потребностями и т.д.;
- четко сформулируйте свои цели, то есть, чего вы хотите достичь? вы хотите увеличить свои продажи или хотите повысить узнаваемость бренда?;
- ориентируйте свое сообщение на визуальные / графические элементы, потому что люди уделяют больше внимания такой рекламе, вы можете создавать изображения, GIF-файлы, видео и т.д.;
- вызывать эмоции людей, потому что невозможно стать вирусным, не делая этого, заставьте их смеяться или плакать (по уважительным причинам) и вдохновите их делиться вашим контентом;
- эффективно донесите свое сообщение и будьте уверены в том, что ваша аудитория должна извлечь из вашей кампании, например, если вы хотите показать свой бренд как непочтительный и игривый, вы можете выбрать комедию, чтобы передать свое сообщение;
- сохраняйте свой контент простым и избегайте его чрезмерного усложнения, делайте это быстро и точно, иначе вы можете потерять интерес людей, потому что люди обычно пропускают длинные видеоролики;
- призыв к действию должен быть обязательной частью кампании, любой вирусный контент с призывом к действию побуждает все больше и больше людей искать информацию о бренде и взаимодействовать с ним, не забывайте, что ваша главная цель - повысить узнаваемость бренда, увеличить продажи и получать прибыль;

▪ выберите правильную платформу, чтобы максимизировать видимость вашей кампании, например, если вы собираетесь поделиться видео, то Youtube или Vimeo будут подходящими вариантами, аналогичным образом Instagram, Twitter, Tumbler, Reddit, Facebook и т.д. отлично подходят для изображений, GIF или даже видео. Лучший способ добиться максимальной видимости - использовать несколько каналов одновременно [2].

Заключение. Таким образом, на основании проделанной работы можно сделать вывод о том, что, несмотря на ряд проблем, вирусный маркетинг – современный и эффективный способ привлечения потенциальных покупателей.

Список источников

1. Цифровой отчет: [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023/> (Дата обращения 09.04.2023);
2. Вирусный маркетинг-определение, плюсы, минусы, примеры: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketingtutor.net/viral-marketing/> (Дата обращения 09.04.2023);
3. Вирусный маркетинг: что это такое, как это работает, примеры, плюсы и минусы: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/v/viral-marketing.asp> (Дата обращения 09.04.2023).

References

1. Digital report: [Electronic resource]. URL: <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023/> (Accessed 09.04.2023);
2. Viral marketing-definition, pros, cons, examples: [Electronic resource]. URL: <https://www.marketingtutor.net/viral-marketing/> (Accessed 09.04.2023);
3. Viral marketing: what it is, how it works, examples, pros and cons: [Electronic resource]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/v/viral-marketing.asp> (Accessed 09.04.2023).

УДК 659

КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

ГРЕЧКОСЕЙ ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА

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 раскрывается суть коммерческой рекламы. Также возможные состояния, проблемы и различные виды совершенствования на примере маркетингового исследования компании «The Coca-Cola Company».

Ключевые слова: коммерческая реклама, состояния коммерческой рекламы, проблемы коммерческой рекламы, виды совершенствования коммерческой рекламы.

COMMERCIAL ADVERTISING: STATE, PROBLEMS, DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT

Grechkosey Elizaveta Andreevna*Scientific adviser: Shadrina Lyubov Yurievna*

Abstract: The article reveals the essence of commercial advertising. Also, possible states, problems and various types of improvement on the example of the marketing research of The Coca-Cola Company.

Key words: commercial advertising, state of commercial advertising, problems of commercial advertising, types of improvement of commercial advertising.

Коммерческая реклама считается одной из важных способов внешних коммуникаций для любой коммерческой организации. Продажа, стимулирование сбыта, формирование имиджа компании, пропаганда, а также связи с общественностью все это входит в успешную коммерческую рекламу. Реклама создается с целью формирования спроса и нужды. Только удовлетворенный покупатель способствует поддержанию организации на рынке.

Что такое коммерческая реклама? Реклама, без которой не сможет обойтись любая маркетинговая компания. От нее зависит будет ли компания предлагающие свои услуги или продукт востребована. Важно помнить о том, что использование коммерческой рекламы является платной. Распространение происходит за счет рекламных носителей, наружной рекламы, а также BTL.

Коммерческая реклама должна соответствовать психологическим аспектам предполагаемых клиентов. Если реклама не будет правильно воздействовать на общественность, то подобная коммерческая реклама будет считать безуспешной. Для того, чтобы люди отреагировали и заинтересовались именно этой рекламой необходимо провести собственный анализ.

Можно выделить 3 основных фактора: когнитивный, эмоциональный и поведенческий [3].

- Когнитивный фактор связан с тем, как потребитель видит и воспроизводит рекламную информацию. Происходит анализ ощущений, восприятия, памяти, мышления, воображения и т.д.
- Эмоциональный фактор влияет на эмоциональное отношение к объекту рекламной информации. Исследование эмоциональных аспектов предполагает анализ эмоционального воздействия, которые в итоге проявят желание купить или не купить товар или услугу.
- Поведенческий компонент включает в себя осознанное или бессознательное поведение. На осознаваемом уровне происходит проявление воли человека. Бессознательное поведение-внутренние установки человека.

Воздействие на негативные эмоции часто бывает выигрышной рекламной [4]. Но использовать их нужно осторожно, ведь чаще всего общественность будет проявлять протесты в сторону организации. Вызывая отрицательные эмоции необходимо занять позицию сожаления и преданность добрым намерениям.

Для того, чтобы вызвать явное пробуждение внимания и заинтересованности желание выделиться среди других реклам является стимул в поиске нестандартных решений.

Рассчитать точную эффективность коммерческой рекламы невозможно. Но провести приблизительные подсчеты и рассмотреть конечный результат необходимо для дальнейшей работы. Коммерческая эффективность рекламы состоит в экономическом результате [1]. Экономическая эффективность заключается в определенной степени воздействия рекламной кампании на объем продаж. Помимо этого, действует множество факторов, влияющих на продажи: цена, качество рынка, конкуренция, активность. Использование рекламных инструментов или проведения целой рекламной кампании влияет на эффективность рекламы. Также оценка качества рекламного материала предоставляет возможность улучшения качеств рекламного обращения [2]. Сложность проведения эффективности коммерческой рекламы состоит в том, что эффект кампании наступает не сразу.

Реклама должна быть направлена на создание положительного имиджа и обращение к потребителю. Рассмотрим на примере «The Coca-Cola Company» роль коммерческой рекламы в организации. Создав эффективные маркетинговые ходы, слоганы (которые компания использует до сих пор), рекламные ролики благодаря одному из ведущих директоров Азу Кендлеру компания до сих пор пользуется большой популярностью. С каждым годом «The Coca-Cola Company» привлекала известных людей. Различные конкурсы и акции привлекали внимание аудитории со всех стран мира. Благодаря правильно выстроенным алгоритмам «The Coca-Cola Company» достигла высот.

Размещение рекламы на транспорте обладает неоспоримым преимуществом. «The Coca-Cola Company» решили сделать особенную рекламную кампанию к рождественским праздникам. Главной целью рекламы являлось становление некой «новогодней традиции». Создав рекламный видео ролик, компания смогла достичь ассоциативного ряда у всего мира самого теплого праздника Новый год и Coca-Cola. Грузовики с изображением Санта Клауса с бутылочкой Coca-Cola остаются в рекламе и по сей день.

Список источников

1. Методы оценки эффективности рекламы [Электронный ресурс] URL: <https://memosales.ru/reklama/ocenka-effektivnosti-kampanii> (дата обращения: 30.11.2021). Как определить целевую аудиторию интернет-магазина: особенности сегментации и анализа ЦА, удачные и неудачные примеры [сайт]. URL: <https://www.insales.ru/> (дата обращения: 5.12.2022)
2. Оболёшева А.А. Оценка эффективности рекламной деятельности экономического субъекта [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-reklamnoy-deyatelnosti-ekonomicheskogo-subekta> (дата обращения: 30.11.2021). Строгонов С. Как вывести бизнес на новый уровень и выйти из операционки [сайт]. URL: <https://kontur.ru/articles/6756> (дата обращения: 6.12.2022)
3. Коммерческая реклама [Электронный ресурс] URL: https://studref.com/317929/marketing/kommercheskaya_reklama (дата обращения: 30.11.2021).
4. Григорьев Л. Приемы рекламного воздействия [Электронный ресурс] URL: <https://psycho.ru/library/2234> (дата обращения: 30.11.2021).

УДК 338

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

ИБРАГИМХАЛИЛОВА ДИНАРА МАХМУДОВНА,

студентка

РАХМАТУЛЛИНА АЛЬБИНА РУСТАМОВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Аннотация: в статье рассматриваются понятие и виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием. Рассматривается выбор правильной стратегии маркетинга и его важность для бизнеса. Правильно выбранная маркетинговая стратегия принесет большие выгоды для компании.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, управление предприятием, e-mail – маркетинг, SEO, маркетинг влияния, партнерский маркетинг.

MARKETING STRATEGIES AND THEIR ROLE IN ENTERPRISE MANAGEMENT

**Ibragimkhalilova Dinara Mahmudovna,
Rakhmatullina Albina Rustamovna**

Annotation: The article discusses the concept and types of marketing strategies and their role in enterprise management. The choice of the right marketing strategy and its importance for business are considered. A properly chosen marketing strategy will bring great benefits to the company.

Key words: marketing strategies, enterprise management, e-mail marketing, SEO, influencer marketing, affiliate marketing.

Маркетинговая стратегия – по сути, это план компании по привлечению большого количества потенциальных клиентов, которые затем превращаются в постоянных покупателей услуг или продукции. Обычно она включает в себя ценностное предложение компании, а также ключевое сообщение бренда, демографические характеристики заинтересованных пользователей и многие другие элементы. [1, с. 453]

Такая стратегия объединяет все аспекты пути клиента и обеспечивает видимость для каждого отдела. Она позволяет организации сосредоточиться на имеющихся ресурсах, найти способ наилучшего их использования для генерирования продаж и повышения конкурентного преимущества. [2, с. 129]

Как выбрать правильную стратегию для своего бизнеса?

Если компания хочет укрепить маркетинговую стратегию, необходимо подумать о вложении времени. Следить за тенденциями на всех каналах – процесс долгий, требующий терпения и, опять же, траты времени. Если нужны устойчивые, средне- и долгосрочные результаты, необходимо обратиться к более автоматизированным тактикам, таким как SEO, а не к тем, которые требуют больших затрат и времени на реализацию, например, планирование мероприятий.

Еще одним важным фактором для любого предпринимателя является бюджет. Онлайн-стратегии имеют гораздо меньший бюджет, чем инвестиции в продвижение с помощью традиционного маркетинга. Некоторые маркетинговые методы, такие как SEO и социальные сети, по сути, являются более доступными. Другие, такие как телевидение и печатная реклама, обойдутся дороже.

В чем важность маркетинговой стратегии в бизнесе? [3, с. 356]

Результаты маркетинга не возникают случайно. Создание стратегии гарантирует, что компания нацелится релевантным контентом на заинтересованных людей. Чем больше времени потратится на создание четкой стратегии, тем больше возможностей для продаж можно создать.

Маркетинговая стратегия определяет цели бизнеса, включая информацию о том, кто клиенты и как компания собирается достичь целей. Это план маркетинговой деятельности, которую организация будет осуществлять в ближайшие месяцы и годы для развития своего бизнеса. [4, с. 155]

Выбор правильных маркетинговых стратегий для своей компании принесет большие выгоды. Это, в частности:

- увеличение продаж,
- долгосрочное развитие компании,
- лучшее понимание того, чего хотят ваши клиенты,
- возможность удовлетворить потребности своих клиентов и даже превзойти их ожидания,
- возможность укрепить свои отношения с целевым рынком,
- построение сильного бренда в сознании потребителя.

Существует ряд маркетинговых стратегий, позволяющих успешно продвигать компанию. [5]

SEO

Это процесс, благодаря которому сайт становится понятен поисковым системам, например, Google. Это повышает вероятность появления сайта в результатах органического поиска. Чем чаще сайт возникает в результатах Google, тем больше органического трафика можно заполучить. Чем больше органического трафика получаете, тем больше конверсий происходит. 64% маркетологов инвестируют в SEO.

С помощью него можно занять верхние позиции в некоторых поисковых системах по определенным ключевым словам, которые пользователи ищут, чтобы найти подобные компании. Это означает, что можно превзойти своих конкурентов в органическом поиске и получить больше трафика на свой сайт и онлайн-каналы.

Email-маркетинг

Эта стратегия подразумевает отправку маркетинговых сообщений потенциальным и текущим клиентам с целью продажи, обучения и формирования привязанности. [6, с. 181]

Что самое лучшее в использовании этой тактики? Можно создавать автоматизированные маркетинговые кампании, выполняемые по электронной почте, чтобы установить связь с клиентами и заставить их вернуться, например:

- Транзакционные электронные письма, отправляемые во время оформления заказа или других действий при покупке. Они в основном функциональны, но важны для отправки клиентам ключевой информации о доставке и заказе. [7, с. 324]

- Рекламные электронные письма, предназначенные для повышения осведомленности и продвижения новых продуктов или предложений. Например, можно создать последовательность писем «Черная пятница – Киберпонеделник» для рассылки ограниченных скидок на праздничные покупки.

- Письма жизненного цикла, или триггерные письма, отправляются в зависимости от действий покупателя и его местоположения в жизненном цикле клиента. Например, письмо об отказе от корзины, которое отправляется только после того, как покупатель оставляет товар.

Создание списка адресов электронной почты и рассылка убедительных сообщений помогает сохранить и удержать клиентов.

Маркетинг влияния

Инфлюенсер-маркетинг предполагает сотрудничество с известными людьми и брендами, которые будут продвигать товары или услуги среди своей существующей аудитории.

Данный тип маркетинга является мощным, поскольку большинство из его методов имеет высоко вовлеченную нишевую аудиторию. И она с большой вероятностью купит продукты, которые рекламирует агент влияния. [8, с. 356]

В 2018 году в социальных сетях было размещено 3,7 млн постов от спонсируемых брендами влиятельных лиц, и подозревается, что в 2023 году это число вырастет. Бренды могут использовать

маркетинг влияния в своих интересах, чтобы охватить целевую аудиторию, получить больше последователей в социальных сетях и обеспечить больше конверсий.

Партнерский маркетинг

Если компания хочет расширить свою стратегию интернет-маркетинга, вам также следует рассмотреть возможность партнерского маркетинга. Таким образом, одна компания платит другой компании или человеку – также известному как партнер – за привлечение потенциальных клиентов и продажи.

Партнерам часто выплачиваются комиссионные, чтобы побудить их к поиску способов продвижения компании и ее продукции.

Подобно маркетингу влияния, аффилированные лица должны продвигать услуги и продукты, рассказывая о них в своих блогах, социальных сетях, на сайте и т. д. Аффилированные лица зарабатывают деньги каждый раз, когда кто-то совершает покупку или подписывается на подписку по их уникальной ссылке.

От такого метода продвижения в Интернете выигрывают обе стороны: бизнес получает больше прибыли, а партнер получает хороший доход от своих маркетинговых усилий. [9, с. 123]

В целом, правильно разработанная и эффективно реализованная маркетинговая стратегия может помочь компании достичь успеха на рынке и укрепить свою позицию среди конкурентов.

Список источников

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 453 с.
2. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 129 с.
3. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 356 с.
4. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов/Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021 – 155с.
5. Ситников А. SEO оптимизация текста сайта – как правильно оптимизировать SEO тексты сайтов [Электронный ресурс] / А. Ситников // URL: [https://site-№2 • 2021 Бизнес-образование в экономике знаний 110ok.ua/blog/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст](https://site-№2.ru/2021/01/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст/)
6. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 181 с.
7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 324 с.
8. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 356 с.
9. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях: учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 123 с.

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ INFLUENCE МАРКЕТИНГА

ЛАЗАРЕВА АЛЁНА АНДРЕЕВНАстудент
Уральский Институт Управления РАНХиГС

Аннотация: в статье описываются современные тренды Influence маркетинга как одного из самых эффективных и современных инструментов digital-коммуникаций. Автором был систематизирован и уточнен понятийный аппарат Influence маркетинга на основании анализа основных подходов со стороны отечественных и зарубежных авторов. Также рассмотрен механизм Influence маркетинга в действии, предложены пути совершенствования использования Influence маркетинга предприятиями в условиях глобализации и интеграции экономик в мировое цифровое пространство.

Ключевые слова: Influence маркетинг, цифровой маркетинг, блогер, социальные сети, стимулирование спроса, референтность, потребительское поведение, влияние на потребителя, реклама.

MODERN TRENDS IN THE USE OF INFLUENCE MARKETING

Lazareva Alyona Andreevna

Abstract: the article describes the current trends of Influence marketing as one of the most effective and modern tools of digital communications. The author systematized and clarified the conceptual apparatus of Influence marketing based on the analysis of the main approaches from domestic and foreign authors. The mechanism of Influence marketing in action is also considered, ways to improve the use of Influence marketing by enterprises in the context of globalization and integration of economies into the global digital space are proposed.

Key words: Influence marketing, digital marketing, blogger, social networks, demand stimulation, reference, consumer behavior, consumer influence, advertising.

Постановка проблемы. В условиях глобализации и интеграции продвижения продукта в мировое цифровое пространство, а также колоссальная популярность повсеместного использования социальных сетей, одним из наиболее актуальных направлений digital-коммуникаций является Influence маркетинг [2, с. 15]. Именно этим объясняется необходимость в изучении Influence маркетинга и основных принципов его работы в современных условиях, характеризующихся ориентированностью на цифровые технологии и жесткими конкурентными войнами.

Анализ современных исследований и публикаций. Теоретическую основу проведенного исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых затрагивающие вопросы Influence маркетинга (маркетинга влияния): Аржановой К.А., Довжик Г.В., Довжик В.Н. [1], Альферова П.С. [2], Арзякова Н.П., Слуцкой К.С. [3], Емельянова Н.В., Макеевой Т.В. [4], Ищенко Т.Н. [5] и мн. др.

Следует отметить, что несмотря на то, что вопрос относительно использования Influence маркетинга является достаточно популярным среди исследователей, особенности и основные современные тренды остаются малоизученными.

Изложение основного материала. Современные тенденции в рекламе товаров через сеть Интернет все чаще опираются на инструменты digital-коммуникаций. Остановимся для начала на понятийном аппарате и что представляет собой Influence маркетинг [3].

Influence маркетинг – это современный инструмент продвижения товаров, при помощи популярных лиц, обладающих авторитетом среди подписчиков (блогеры), иными словами – это маркетинг влияния. При этом, очень важно количество подписчиков и активность самого блогера в сети. Блогеры, при этом, выступают в качестве «лидера мнений» и оказывают существенное влияние на клиента.

Influence маркетинг позволяет брендам установить более тесную связь со своей аудиторией, что невозможно сделать при помощи традиционных каналов продвижения. Это связано с тем, что клиенты больше доверяют блогеру, так как он более осведомлен о том, что интересно аудитории на данный момент и в какой форме это преподать. Проведенный опрос среди компаний, пользующихся Influence маркетингом показал следующее (см. рис. 1).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГА

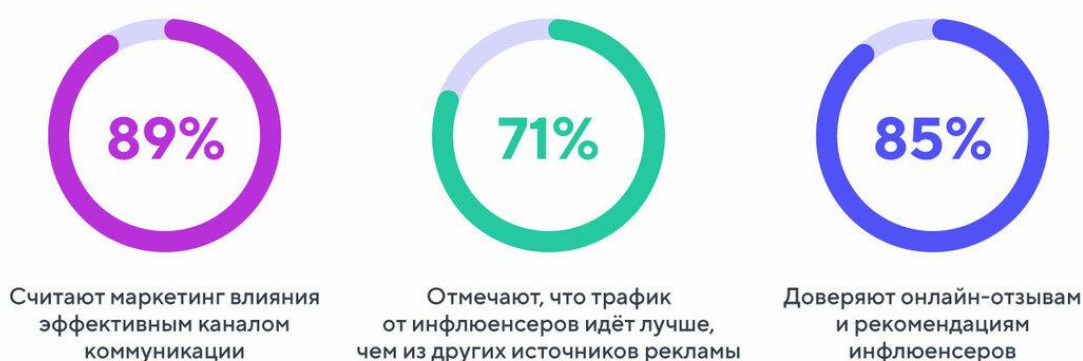


Рис. 1. Эффективность Influence маркетинга [6]

Стоимость услуг блогеров напрямую зависит от количества подписчиков, что, в свою очередь, является потенциальной аудиторией для компании. Схематически процесс осуществления Influence маркетинга представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Influence маркетинг в действии [6]

Произвести точную оценку рынка Influence маркетинга не представляется возможным, однако, эксперты заявляют о том, что данный вид рынка продвижения за последние три года вырос не менее, чем в шесть раз и продолжает набирать обороты. Динамика глобального рынка Influence маркетинга показана на рисунке 3 [7].

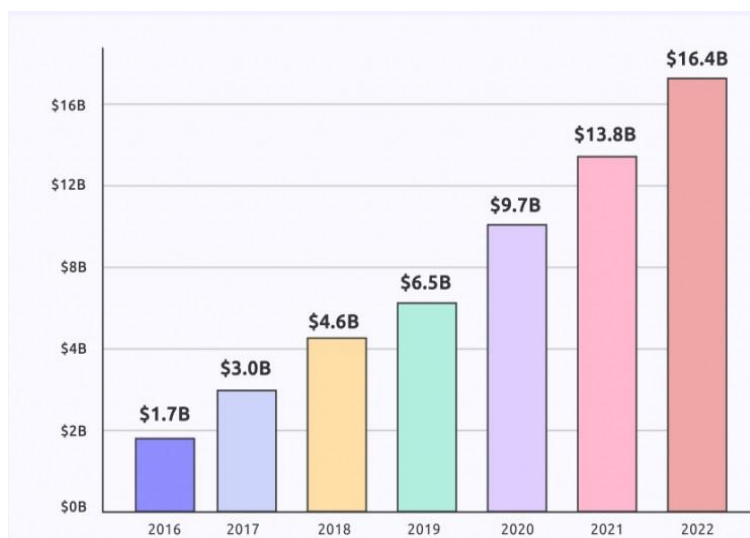


Рис. 3. Динамика развития мирового Influence маркетинга [7]

В развитии Influence маркетинга на ближайшую перспективу выделяют тренды, показанные на рисунке 4:



Рис. 4. Современные тренды использования Influence маркетинга

Источник: [составлено автором]

Актуальность применения Influence маркетинга брендами объясняется множественными объективными причинами, среди которых можно выделить следующие: необходимость роста осведомленности о бренде; рост рейтинга в поисковых системах; наглядная демонстрация товара и способов его применения; рост вовлеченности подписчиков в аккаунты бренда при помощи использования соцсетей; повышение лояльности к бренду, и, как следствие – рост объемов продаж и финансово-экономических показателей деятельности компании [1].

Выводы. С развитием технологий и сети Интернет, трендами «цифровизации» общества, затрагивающими практически все сферы общественной жизни, переход на использование Influence маркетинга становится объективно необходимым. Современные экономические условия диктуют предприятиям, независимо от форм собственности и видов деятельности необходимость эффективного функционирования с целью выживания в условиях жесткой рыночной конкуренции. Достижение этой цели на стратегическую перспективу, зависит от очень большого числа факторов, что, прежде всего, касается продвижения товаров. Influence маркетинг обладает неоспоримыми преимуществами перед традиционными методами продвижения и позволяет установить компании «эмоциональную» связь потребителя с брендом при помощи лидеров мнений.

Список источников

1. Аржанова К.А. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы/ К.А. Аржанова, Г.В. Довжик, В.Н. Довжик// -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: [influencer-marketing-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy \(1\).pdf](#). Дата обращения: 08.05.2023 г.)
2. Альферов П.С. Применение Influence маркетинга в современных рыночных условиях/П.С. Альферов// Молодой ученый. – 2023. – № 2. – С. 117–123. – Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/92/16709/>
3. Арзяков Н.П. Influence маркетинг как современный инструмент продвижения товаров/ Н.П. Арзяков, К.С. Слуцкая// Интернет и маркетинг. – 2023. – Т. 18. – № 6. – С. 602–608.
4. Емельянов Н.В. Перспективы развития Influencer Marketing: тренды и проблемы применения в России/ Н.В. Емельянов, Т.В. Макеева// -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://synergy-journal.ru/archive/article3899>. Дата обращения: 08.05.2023 г.)
5. Ищенко Т.Н. Современные тенденции развития Инфлюенсер-маркетинга/ Т.Н. Ищенко// Актуальные проблемы маркетинга: теория и практика. М.: 2023. С. 141-146.
6. Инфлюенс-маркетинг - Сотрудничество с популярными блогерами и лидерами мнений для продвижения бренда - Маркетинговый компас - Дзен-[Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://dzen.ru/a/Y_DqjSDvZwEOXtCO Дата обращения: 07.05.2023 г.)
7. Инфлюенс-маркетинг 2022: рынок, тренды, форматы, агентства, как оценивать эффективность-[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://marketing-tech.ru/kb/influence-marketing-2022-rinok-trendi-fomati-agentstva-kak-osnivat-effektivnost/>. Дата обращения: 06.05.2023 г.)

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 657.6

ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

КАЛУЦКАЯ НАТАЛЬЯ АЛЕКСЕЕВНА,

доцент

КОЗАРЕВА ВАСИЛИНА КОНСТАНТИНОВНА

студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация. Данная статья посвящена изучению аудиторской проверки сельскохозяйственных товаропроизводителей. В статье обозначена цель данной проверки, выделен ряд особенностей проведения аудиторской проверки сельскохозяйственных предприятий, выделены основные этапы проведения аудиторской проверки данных предприятий.

Ключевые слова: аудит, аудиторская проверка, сельскохозяйственный товаропроизводитель, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, программа аудита, аудит.

FEATURES OF THE AUDIT OF AGRICULTURAL PRODUCERS

Kalutskaya Natalya Alekseevna,
Kozareva Vasilina Konstantinovna

Annotation. This article is devoted to the study of the audit of agricultural producers. The article highlights the features of the audit of agricultural enterprises, highlights the main stages of the audit of these enterprises.

Key words: audit, audit, agricultural producer, accounting, financial statements, audit program, audit.

Агропромышленный комплекс является одним из самых крупных народно-хозяйственных комплексов страны, две трети потребительских товаров занимает именно сельхозпродукция. На развитость сельскохозяйственной деятельности оказывает влияние ряд факторов: сезонность, рост и здоровье живых организмов.

Сельскохозяйственный кооператив представляет собой организацию, которая создается сельскохозяйственными товаропроизводителями и гражданами, которые ведут подсобные хозяйства для совместной деятельности. Выделяют разные виды таких кооперативов (рис.1).

Главной целью данных кооперативов является извлечение прибыли. Сельскохозяйственные кооперативы могут быть производственными и потребительскими.

Аудит представляет собой деятельность по снижению предпринимательских рисков, аудит помогает осуществлению всех хозяйственных операций, а также снижает риски при ведении хозяйственной деятельности.

Аудит сельскохозяйственных предприятий необходим для того, чтобы выяснить являются ли данный бухгалтерской и финансовой отчетности достоверными, а также сделать вывод о том, соблюдает аудируемое предприятие требования законодательных и нормативных актов в то время, пока ведется финансово-хозяйственная деятельность.

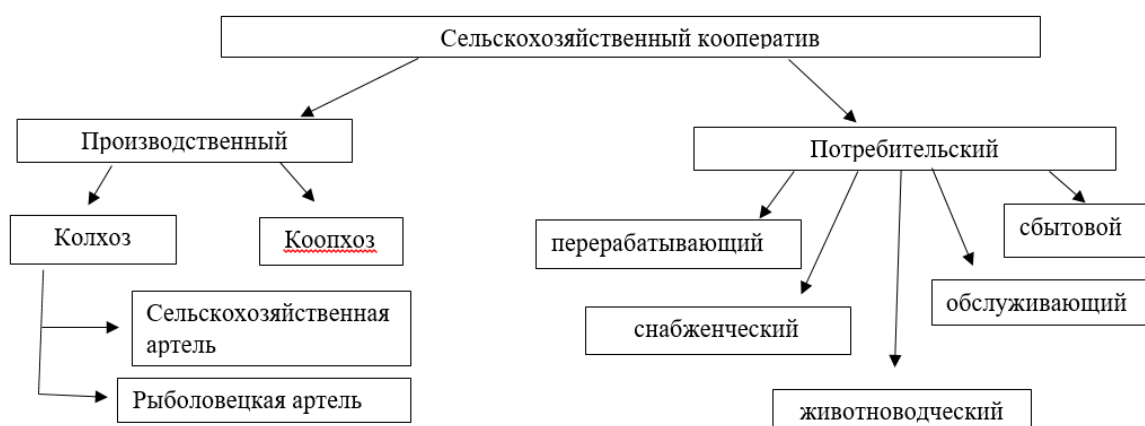


Рис. 1. Виды сельскохозяйственных кооперативов

Не мало важную роль на сельскохозяйственных предприятиях играет аудит готовой продукции. В аналитическо-методическом обеспечении аграрной отрасли есть недочеты, над которыми необходимо работать, именно поэтому аудиту сельскохозяйственных предприятий отводится важная роль.

Аудит сельскохозяйственных предприятий ставит перед собой несколько задач (рис.2).

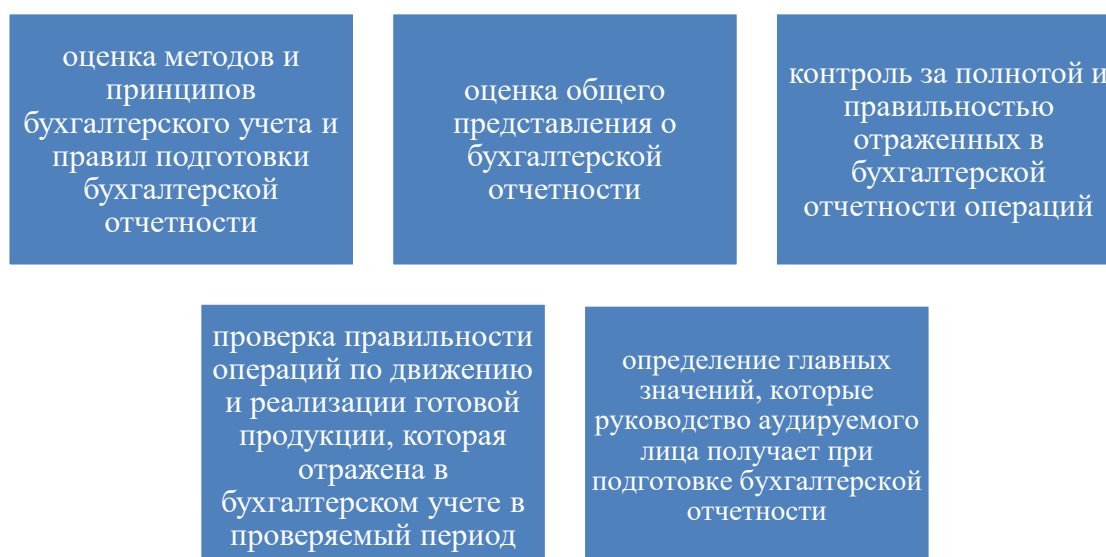


Рис. 2. Задачи аудита сельскохозяйственных предприятий

Таким образом, выделяют ряд основных задач аудиторской проверки сельскохозяйственных организаций, пять из которых являются основными.

Аудит сельскохозяйственных предприятий проводится в три основных этапа (рис.3).

Подготовка и планирование аудита считается наиважнейшим этапом при проведении аудиторской проверки сельскохозяйственных предприятий. На этом этапе разрабатывается список документов (нормативных актов), которыми руководствуется проверяемое предприятие во время составления бухгалтерской и финансовой отчетности

На первом этапе оцениваются всевозможные риски, изучается и оценивается бухгалтерский учет. Происходит составление программы аудита для проведения дальнейшей проверки, при подготовке программа необходимо: учитывать полученные оценки риска на предприятии; привлечь других аудиторов или экспертов; временные раки тестов средств контроля и проверки.



Рис. 3. Этапы проведения аудиторской проверки сельскохозяйственных товаропроизводителей

На втором этапе аудиторской проверки происходит проведение аудиторской выборки и осуществление аудиторских процедур. На данном этапе аудитор проводит проверку соблюдения предприятием основных предпосылок подготовки финансовой отчетности.

На третьем этапе оцениваются все полученные результаты и составляется аудиторское заключение.

Аудитор проверяет состояние учета готовой продукции, анализирует информацию, предоставленную в бухгалтерской отчетности предприятия, результатом данных действий будет являться составление рабочего документа.

Особенности проведения аудиторской проверки на предприятиях сельскохозяйственного характера можно рассмотреть по трем направлениям: проверка формирования уставного капитала; аудит наличия и учета движения животных на выращивании и откорме; оценка системы внутреннего контроля и бухгалтерского учета затрат на производство продукции сельскохозяйственных предприятий.

Проверка формирования уставного капитала проходит в три этапа, на первом этапе аудиторской проверки, проверяется правильность формирования структуры уставного капитала на сельскохозяйственном предприятии.

Следующим этапом является проверка безошибочности корреспонденции счетов по расчетам с учредителями. И завершает данную проверку обобщение обнаруженных отклонений в учете уставного капитала, а также предложение мероприятий по их исключению.

При оценивании системы внутреннего контроля и бухгалтерского учета затрат на производство продукции сельскохозяйственных предприятий, происходит опрос специалистов на предприятии, производственных работников, а также опрашиваются руководящие кадры предприятия и проводится тестирование, благодаря которому аудитор может дать оценку внутреннему контролю. На данном этапе аудитор непосредственно определяет риски контроля и выносит решение необходимо их снизить или увеличить, а также дает рекомендации по внесению мер в программу аудита.

В конце всей проверки аудитор анализирует все полученные результаты, оценивает допущенные предприятием ошибки и дает рекомендации для устранения всех недочетов и повышения эффективности работы сельскохозяйственного предприятия.

Аудиторская проверка не является обязательной для сельскохозяйственных предприятий, однако если руководитель компании считает, что данная проверка необходима, для того чтобы обеспечить достоверность информации, предоставленной в отчетности, он может обратиться в аудиторскую компанию.

Субъекты малого предпринимательства, в том числе сельскохозяйственные предприятия не подлежат обязательной аудиторской проверке, однако в интересах руководителя предприятия прове-

сти данную проверку, если он желает убедиться в достоверности информации в финансовой отчетности.

Существует ряд мер, которые помогут повысить эффективность аудита готовой продукции на сельскохозяйственном предприятии:

- все участники аудита должны ответственно и честно выполнять свои обязанности;
- необходимо наличие тесной связи между работниками и службами сельскохозяйственного предприятия;
- необходима правильно организовать все проверки;
- выявление недостатков системы контроля с помощью мониторинга аудита;

Соблюдение всех обозначенных мер, поможет повысить эффективность проведения аудиторской проверки на предприятии. Выполнение данных мероприятий способствует усовершенствованию работы внутренней системы аудита сельскохозяйственных предприятий.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эффективность аудиторской проверки зависит непосредственно от аудитора, от его подхода к проверке, от нормативной базы и наличия знаний бухгалтерского учета в сельскохозяйственной отрасли. Соблюдение всех правил аудиторской проверки является гарантом повышения эффективности аудита готовой продукции на сельскохозяйственном предприятии.

Список источников

1. Шевелев В. И. Учет и внутренний аудит готовой продукции в сельскохозяйственных организациях // Научное обеспечение реализации государственных программ АПК и сельских территорий. - 2017. - С. 160-167.
2. Лепехина Д. А. Планирование аудита затрат на производство продукции // Проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса России. Материалы всероссийской научно-практической конференции. — 2017. — С. 12–17.
3. Зиновьева Н. М., Блошенко К. В. Аудит как фактор эффективности бизнеса // Территория науки. — 2019. — № 3. — С. 122–129.
4. Павлова М. А. Особенности аудита готовой продукции и ее продажи в сельскохозяйственных организациях // Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования. Материалы V Международной научно-практической конференции: в 3 ч. — 2018. — С. 106–115.
5. Логвинова Т. И. Операции с готовой продукцией на сельскохозяйственных предприятиях: аудиторская проверка // Аудиторские ведомости. — 2010 — № 3. — С. 66–76.

УДК 33

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АЭЛИТ» Г. УФА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)

ЯКУПОВА И.

студент

Сибайский институт (филиала) Уфимского Университета науки и технологий
г. Сибай, Российская Федерация

Аннотация: В статье рассматривается бухгалтерский учет и анализ продаж продукции на предприятии на примере ООО «Аэлит». Объем продаж готовой продукции является не только основным показателем деятельности предприятия, но и является важным фактором в определении его финансового положения и успеха на рынке. На основе объемов продаж можно определить эффективность маркетинговых кампаний, оценить спрос на продукцию и принимать решения по увеличению или сокращению объема производства. Также, объем продаж является одним из ключевых показателей при расчете прибыли предприятия и влияет на налогообложение.

Ключевые слова: готовая продукция, бухгалтерский учет, объем продаж, предприятия, анализ, учет, ООО «Аэлит».

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF SALES OF PRODUCTS AT THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF LLC "AELIT" UFA OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN)

Abstract: The article discusses accounting and analysis of sales of products at the enterprise on the example of LLC "Aelit". The volume of sales of finished products is not only the main indicators of the company's activity, but is also an important factor in determining its financial position and success in the market. Based on sales volumes, it is possible to determine the effectiveness of marketing campaigns, assess the demand for products and make decisions to increase or reduce production. Also, the volume of sales is one of the key indicators in calculating the profit of the enterprise and affects taxation.

Key words: finished products, accounting, sales volume, enterprises, analysis, accounting, LLC "Aelit".

Бухгалтерский учет – это система учета финансовых операций в компании, которая позволяет отслеживать все доходы и расходы, а также управлять финансами компании[1].

Анализ продаж продукции - это процесс изучения информации о продажах товаров или услуг за определенный период времени. Анализ продаж позволяет определить, какие продукты или услуги наиболее популярны у клиентов, и оптимизировать производственные процессы для увеличения продаж.

Что касается конкретно анализа продаж продукции, то его можно провести на основе данных, которые содержатся в бухгалтерском учете. Например, зафиксировав данные о количестве единиц продукции, проданной за определенный период времени, можно вычислить общую выручку, а также

определить наиболее продаваемые продукты.

Это позволит компании сделать выводы о том, какие продукты или услуги оказались наиболее востребованными у клиентов, и скорректировать производственные планы. Также из анализа продаж можно выявить тенденции и прогнозировать изменения в рынке, что поможет компании разработать эффективную стратегию продаж.

Ведение учета объема продаж помогает управляющим принимать правильные решения по поводу производства и распределения продукции, а также по поводу маркетинговых и рекламных мероприятий, которые могут увеличить объем продаж. Кроме того, объем продаж также является важным показателем для потенциальных инвесторов и кредиторов, которые могут оценить финансовую устойчивость предприятия и его потенциал для будущих доходов.

Таким образом, процесс продажи завершает кругооборот хозяйственных средств предприятия, что позволяет ему выполнять свои обязательства перед кредиторами (перед поставщиками за сырье и материалы для хозяйственных нужд; перед бюджетом и внебюджетными фондами по налогам и другим обязательным платежам; перед персоналом по оплате труда; перед прочими кредиторами и т.п.) и возмещать различные производственные затраты.

Несомненно, правильная и рациональная организация бухгалтерского учета формирования финансовых результатов является ключевой для успешной деятельности производственных предприятий. Учетная политика должна соответствовать требованиям законодательства и регулярно обновляться в соответствии с изменениями в экономической и правовой сферах. Кроме того, важно проводить анализ финансовых результатов и готовой продукции для принятия обоснованных решений по улучшению деятельности предприятия. Все это является неотъемлемой частью эффективного управления предприятием.

Объем продаж готовой продукции является не только основным показателем деятельности предприятия, но и является важным фактором в определении его финансового положения и успеха на рынке. На основе объемов продаж можно определить эффективность маркетинговых кампаний, оценить спрос на продукцию и принимать решения по увеличению или сокращению объема производства. Также, объем продаж является одним из ключевых показателей при расчете прибыли предприятия и влияет на налогообложение[2].

В процессе реализации продукции у организации ООО «Аэлит» возникают расчёты с поставщиками и расчёты с покупателями. Счет 43 "Готовая продукция" используется для учета готовой продукции, которая не была еще реализована. Счет 44 "Расходы на продажу" используется для учета расходов, связанных с реализацией продукции. Счет 60 "Расчеты с поставщиками" используется для учета задолженности перед поставщиками. Счет 62 "Расчеты с покупателями" используется для учета дебиторской задолженности перед покупателями. Счет 68 "Расчеты по налогам и сборам" используется для учета налогов и сборов, которые связаны с реализацией продукции. Счет 90 "Продажи" используется для учета выручки от реализации продукции. Счет 99 "Прибыли и убытки" используется для учета финансовых результатов от реализации продукции.

Учет продукции в ООО «Аэлит» производится бухгалтером. Кроме бухгалтера учетом занимаются кладовщики на складе. В целом ответственность за организацию учетно-финансовой работы в организации директор и бухгалтер.

Продукция учитывается на счете 43 «Готовая продукция» по фактической себестоимости её производства. Аналитический учет ведется по видам продукции.

В организации ООО «Аэлит» учет реализации товаров ведётся по журнально-ордерной системе, а также используется бухгалтерская компьютерная программа «Бухсофт».

Таким образом, продажа продукции является важнейшим источником доходов для организации. Кроме того, за счет эффективной организации производства и обеспечения качественного продукта можно добиться повышения конкурентоспособности и увеличения доли на рынке, что также положительно скажется на прибыли предприятия. Важно также учитывать затраты на производство и сбыт продукции, чтобы максимизировать прибыль.

Список источников

1. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 г. N 34н (в ред. от 11.04.2018)
2. Серёгин С. С., Кибенко В. А., Серёгина В. С. Аудит системы управленческого учёта. Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей. Сборник трудов II Национальной научно-практической конференции. под общ. ред. Е. П. Масюткина. Керчь, 2020. С. 744
3. Шеремет А. Д. Управление финансовыми результатами предприятий: учебное пособие. — Воронеж: ВГАУ, 2019. — 285 с.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 339.9

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ИНВЕСТИЦИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

НОВИКОВА ОЛЬГА ЮРЬЕВНА

студент

ФГБОУ ВО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Аннотация: в настоящее время мировой энергетический рынок находится в процессе системной трансформации. Переориентация энергетической системы на возобновляемые источники энергии требует значительных инвестиций, осуществление которых тесно связано с международным финансовым рынком и осложняется под влиянием мирового энергетического кризиса.

Ключевые слова: энергетика, инвестиции, международный рынок, возобновляемые источники энергии, энергетическая безопасность.

CURRENT STATE OF INTERNATIONAL MARKET OF ENERGY INVESTMENTS

Novikova Olga Yurievna

Abstract: Global energy market is currently undergoing a systemic transformation. The process of reorientation of the energy system towards renewable energy requires significant investments, implementation of which is closely integrated in the complex international financial market and is complicated by the impact of the global energy crisis.

Key words: energy sector, investments, international market, renewable sources of energy, energy security.

В настоящее время инвестиционная деятельность энергетических компаний претерпевает ряд системных трансформаций. Энергетическая отрасль перестраивает свою структуру в ответ на постоянно меняющиеся обстоятельства среды. Основными мотивами к изменению приоритетов развития являются цели по снижению углеродоёмкости национальных экономик (в рамках «зелёной повестки») и повышению энергетической безопасности.

Общемировая тенденция заключается в стремительном росте инвестиций в развитие возобновляемых источников энергии (ВИЭ), технологий по сокращению выбросов и повышению энергоэффективности. Однако рост расходов на внедрение ВИЭ-генерации происходит неравномерно в части территориального распределения: в основном в странах с развитой и переходной экономикой. Пионерами и главными двигателями возобновляемой энергетики и декарбонизации являются развитые страны (Германия, Франция, США) в соответствии с их «зелеными» таксономиями. В то время как вопрос энергетической безопасности больше продвигается странами, исторически зависимыми от поставок энерго-ресурсов (Китай, Япония).

Ввиду ситуации, сложившейся на мировой энергетической арене в 2022 году, на многих рынках произошел разворот назад. Энергетический кризис, в частности нарушенные логистические цепочки, растущие цены на материалы и ресурсы и, соответственно, дорожающая электроэнергия, побуждают возобновлять инвестиции в традиционные виды генерации, которые могут решить проблему в краткосрочной перспективе.

В течение пяти лет после подписания Парижского соглашения в 2015 году инвестиции в чистую энергию росли всего на 2% в год. Но с 2020 года темпы роста значительно ускорились и достигли 12%. Расходы были подкреплены фискальной поддержкой со стороны правительств и ростом «устойчивого» финансирования, особенно в странах с развитой экономикой. На развитие возобновляемых источников энергии, создание надежной электросетевой инфраструктуры и балансирование системами накопления электрической энергии (СНЭЭ) сейчас приходится более 80% общего объема инвестиций в энергетический сектор.

Согласно новому отчету Международного энергетического агентства, глобальные инвестиции в энергетику в 2022 году выросли на 8% и по оценкам достигли 2,4 триллиона долларов США, причем рост приходится в основном на альтернативную энергетику. Стремительное вложение средств в основные фонды – ветрогенераторы, солнечные фотоэлектрические батареи, аккумуляторы и электромобили – растёт темпами, достаточными для достижения глобального нулевого уровня выбросов к 2050 году. Помимо перечисленных технологий, растут инвестиции в водородную энергетику и технологии по улавливанию и хранению углерода (CCUS). Хотя рост инвестиций вселяет уверенность в быстрое развитие, их все еще недостаточно, чтобы справиться с многочисленными аспектами сегодняшнего энергетического кризиса и проложить путь к более чистому и безопасному энергетическому будущему. [1]

Инвестиционная деятельность непосредственно связана со всеми сферами финансового рынка, которые в разной степени проявляются в зависимости от конкретного проекта. Стоит отметить, что энергетические компании в основном осуществляют прямые инвестиции, непосредственно развивая бизнес как по основному профилю, так и по новым направлениям деятельности. В основном это реализуется в форме проектов, где инвесторы получают контроль и возможность управления. В зависимости от доли участия инвесторы также несут проектные риски, которые перетекают в инвестиционные и впоследствии оказывают влияние на финансовый результат. Так как топливно-энергетический комплекс во всех странах мира является стратегически значимым сектором, не все энергетические компании на мировом рынке имеют возможность вложения средств в локальные компании. Таким образом, инвестиции энергетических компаний – это в основном прямые инвестиции (не портфельные), подразумевающие контроль и риски. Также ввиду сроков реализации проектов это долгосрочные инвестиции.

На примере текущего положения российских энергетических компаний ясно прослеживается взаимосвязь всех секторов международного финансового рынка, который в не меньшей степени влияет на устойчивость инвестиционной деятельности. В связи с этим и возникает множество препятствий для осуществления инвестиционной деятельности российскими энергетическими компаниями на международной арене.

- Валютный сектор.

Международные инвестиции в первую очередь связаны с валютным рынком. В 2022 году в России были введены ограничения на проведение валютных операций по внешнеэкономическим контрактам. Это касается как непосредственного перевода денежных средств для различных целей, так и сделок с иностранными лицами, в результате которых происходит возникновение права собственности на финансовые инструменты (ценные бумаги) и недвижимые активы. В настоящее время данные операции требуют разрешения Правительственной комиссии. [2]

Еще одним препятствием при осуществлении инвестиций является то, что на Московской бирже осуществляются торги только рядом национальных валют – в случае необходимости многие целевые валюты можно купить через доллар/ евро, как наиболее ликвидные валюты в мире, или через валюты третьих стран, что требует дополнительных операций и усложняет процесс.

- Рынок ценных бумаг.

В целом инвестиционная деятельность непосредственно связана с рынком ценных бумаг. После введения санкций и блокировки активов за рубежом многие компании остались без возможности управления капиталом. Ограничения также действуют в отношении иностранных инвесторов на российском рынке, которые остались с портфелями активов без возможности управления. Другой популярный инструмент (долговой) – облигации – не являются способом инвестирования в проекты. Обыч-

но долговой схемой реализации выступает предоставление займа с последующей конвертацией в долю, однако это также является долевым участием.

- Страховой рынок.

У российских энергетических компаний существует риск неисполнения обязательств контрагентов по страхованию активов, как имущественных, так и нематериальных. Риски могут реализоваться на различных фазах инвестиционного проекта: девелопмент, логистика, строительство, операционная фаза. В случае наступления неблагоприятного события и невозможности покрытия убытков, энергетическая компания в целом может лишиться планируемого дохода.

Например, Европейские и Американские страховые компании, а также страховщики других стран, вводят ограничения по страхованию танкеров, перевозящих топливную продукцию. Так как они являются и перестраховщиками для многих компаний в третьих странах, то вся цепочка перевозки подвергается рискам [3]. Также недавно введенный потолок на российскую нефть – на уровне \$60 за баррель – накладывает существенные ограничения на перевозку: запрещается страхование продукции стоимостью выше данного лимита. [4]

- Рынок производных финансовых инструментов.

Волатильность цен на энергетических рынках, а также валютные риски подвигают компании использовать деривативы с целью хеджирования рисков и сохранения финансового результата. К инструментам относятся фьючерсы, форварды, опционы, а также свопы. Производные финансовые инструменты бывают двух видов: поставочные (закключаются в реальной поставке базового актива по оговоренным условиям) и расчетные (подразумевают расчетную операцию в дату исполнения контракта, без физической поставки). В настоящее время доступ к международному рынку ограничен, однако безусловно сохраняется возможность торговли деривативами и, соответственно, хеджирования на российском рынке. Так как российские компании являются экспортерами топливно-энергетической продукции, то базовым активом является российский товар, инструменты на которые обращаются на российском рынке. Аналогично торгуются и деривативы на валютные пары с российским рублем.

- Международный кредитный рынок.

Международный кредитный рынок играет не менее важное значение при осуществлении инвестиционной деятельности. При реализации инвестиционных проектов типичной схемой является привлечение заемного финансирования в объеме 60-80% от требуемого бюджета. Так как у России и российских компаний отозваны международные кредитные рейтинги и действуют экономические санкции, локальные и международные банки не готовы выдавать кредиты и банковские гарантии российским компаниям. В отдельных случаях процесс возможен через контр-гарантии российских банков, но результат не гарантируется. Привлечение собственных средств в полном объеме требуемого финансирования зачастую не представляется возможным, а также приводит к удорожанию проекта. [5]

Совокупность перечисленных факторов приводит к неизбежному изменению бизнес-моделей компаний. В настоящее время компании вынуждены пересматривать инвестиционные стратегии и механизмы присутствия на международной арене.

Список источников

1. Отчет «World Energy Investment 2022» Международного энергетического агентства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2022> (07.05.2023)
2. Правительственная комиссия по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://government.ru/department/560/events/> (07.05.2023)
3. EU Close To Agreeing on \$60 A Barrel cap for Russian seaborne oil [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.rferl.org/a/eu-russin-oil-price-cap-g7-60-dollars/32157856.html> (07.05.2023)

4. Explainer: How will Japan resolve shipping insurance for Russian LNG imports? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.reuters.com/business/how-will-japan-resolve-shipping-insurance-russian-lng-imports-2022-12-29/> (05.05.2023)
5. Hopkin, P. Fundamentals of risk management: understanding, evaluating, and implementing effective risk management I by Paul Hopkin. - The Institute of Risk Management. - Kogan Page Limited, 2010.

УДК 339.138

СОВРЕМЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

ФИЛЬКЕВИЧ И.А.,

д.э.н., профессор

ГО ЮЙЦЮ,**ДУ ШЭН,****ВАН ЧЖЭХУА**

магистранты

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» (МПГУ)

Аннотация: в статье рассматриваются перспективы развития международного сотрудничества международных компаний на основе современных маркетинговых стратегий. Научной новизной исследования является раскрытие современных подходов к реализации маркетинговой стратегии в практике хозяйствования российских предприятий в условиях санкционной политики.

Ключевые слова: стратегия; маркетинг; приоритеты; экономическое сотрудничество; внешний рынок.

MODERN MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE

Filkevich I.A.,**Guo Yuqiu,****Du Shan,****Wang Zhihua**

Abstract: the article analyzes the prospects for the development of international cooperation of international companies based on modern marketing strategies. The scientific novelty of the research lies in the disclosure of modern approaches to the implementation of marketing strategy in the practice of managing Russian business in the context of sanctions policy.

Key words: strategy; marketing; priorities; economic cooperation; foreign market.

Важно отметить, что в настоящее время наблюдается увеличение рисков, связанных с особенностями ведения международного бизнеса российскими предприятиями. В этой связи возрастает значение в поиске и формировании современных маркетинговых стратегий с учетом факторов риска и особенностью поставки товаров и услуг на зарубежные рынки.

Современная маркетинговая стратегия выхода на международные рынки, на наш взгляд, должна осуществляться на следующих критериях повышения глобальной конкурентоспособности предприятия:

1) Ориентация на конечный практический результат производственно-сбытовой деятельности. Успешный сбыт товара означает захват определенной доли рынка в соответствии с поставленными долгосрочными целями предприятия. При этом предприятие реализует запланированное количество и определенный ассортимент товаров.

2) Нацеленность предприятия в маркетинговой работе не на сиюминутный, а на долгосрочный стабильный результат. Для его достижения требуется постоянный мониторинг текущей ситуации и ее изменения на рынке, проведение прогнозных исследований, определение новых рыночных ниш, выработка идей научной новизны, что в конечном итоге направлено на рост прибыли предприятия.

3) Направленность в маркетинговой деятельности на консолидацию производственных, исследовательских и сбытовых усилий.

4) Целенаправленное воздействие на потребителей в единстве и взаимосвязи с тактикой активного приспособления и реагирования на их требования, выявление потенциальных покупателей [1].

«Интеграция современных достижений психологии, в том числе нейропсихологии, нейрофизиологии, экономики, социологии, а также развитие информационных технологий обусловили появление новых маркетинговых инструментов, практик и технологий. Большую роль в разработке механизма коммерциализации новшеств играют именно современные маркетинговые технологии» [2].

В управлении маркетингом и поведении потребителей можно выделить следующие тенденции:

1) возрастание значения индивидуализации подхода к потребителю в условиях фрагментации общества по слиям жизни;

2) быстрое копирование компаниями инноваций, подходов конкурентов;

3) унификация некоторых продуктов (так, кроссовки и джинсы сейчас носят не люди разного возраста);

4) сокращение жизненного цикла товаров, их более частое и регулярное обновление;

5) рост критического подхода потребителей к товарам (покупатель меньше доверяет рекламе, больше учитывает экологический фактор и факторы, влияющие на здоровье, становится более чувствительным к цене, требовательным к уровню обслуживания, ценит профессиональный подход к делу);

6) уменьшение количества приверженцев одной торговой марки из-за роста разнообразия товаров;

7) более активное потребление женщинами с развитием эмансипации таких товаров, которые ранее считались «мужскими», как автомобили, недвижимость и пр.;

8) рост количества и разнообразия услуг, предоставляемых круглосуточно, с увеличением числа людей, бодрствующих по ночам;

9) увеличение спроса на товары быстрого приготовления, на экспресс-услуги из-за дефицита времени у многих людей;

10) существенное увеличение уровня рыночного шума, когда современный потребитель подвергается воздействию огромного количества рекламы, рекламных предложений;

11) развитие процессов слияния рынков вследствие их быстрого изменения и многофункциональности товаров. Пример тому смартфон, который используется не только как телефон, но и как инструмент платежей, съемки фото и видео, работы в интернете и множество других функций. В результате наблюдается слияние рынков телефонов, фото- и видеотехники, персональных компьютеров и т.д.

Важно учитывать то обстоятельство, что формирование новой маркетинговой стратегии включает оценку, обоснование, моделирование и прогноз процессов и явлений, происходящих на зарубежных рынках [3].

На международных рынках коммуникации приобретают первоочередную роль в информационной экономике. Современные коммуникационные инструменты маркетинга важны как для производственных предприятий, так и для поставщиков туристических услуг. При этом на международных рынках важно формировать новые технологии потребления, непосредственным образом связанные с формированием стиля и образа жизни, особенностей поведения зарубежных потребителей.

Креативная концепция маркетинга весьма прогрессивна. Она направлена на творческий поиск оптимального и эффективного решения маркетинговых задач. Креативный маркетинг с экономической точки зрения направлен на развитие бизнеса на основе использования нестандартных подходов, идей [4].

В результате исследования установлено, что современная маркетинговая стратегия должна действовать достижению долгосрочных конкурентных преимуществ путем детального изучения потребностей международного рынка и формирования креативной маркетинговой политики, учитывающей современные риски и перспективы развития международного сотрудничества.

Список источников

1. Формирование и реализация стратегии развития промышленного предприятия как инструмент повышения его конкурентоспособности: монография / Кельчевская Н.Р., Слукина С.А., Пелымская И.С., Вольф Ф.В. – М.: Издательство "Креативная экономика", 2021. – 614 с.
2. Лунева Е.А. Современные маркетинговые технологии - URL: https://omgtu.ru/general_information/institutes/institute-of-design-and-technology/faculty-of-economics-and-service-technologies/the-department-of-economics-and-management/Izdaniya/Luneva%20E.%20A.%20Современные%20маркетинговые%20технологии.pdf. (дата обращения 06.012.2023)
3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
4. Бизнес-модели и стратегии развития современных организаций: монография /Кугушева Т.В., Новицкая А.И., Анипко Д.В., Майстренко О.А./ Южный федеральный университет. М.: Изд-во: ООО "КноРус", 2019. – 534 с.

УДК 33

ИСПОЛНИМОСТЬ ДОГОВОРОВ МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КОРЕЕЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ

ТЕН МИ ОК

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

Научный руководитель: Ниязова Марина Валентиновна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

Аннотация: статья посвящена исполнимости договоров между Российской Федерацией и Республикой Кореей в сфере экономического сотрудничества в условиях санкций. Определяется значимость исполнимости соглашений и договоров Республикой Кореей, которая является важным внешнеторговым партнером для восточных регионов России на фоне введения антироссийских санкций. Актуальность темы исследования связана с неустойчивыми тенденциями двухсторонних торговых сотрудничеств и политической нестабильности в сфере международных экономических отношений.

Ключевые слова: Договор, соглашение, трудовое партнерство, экономические санкции, торговые отношения, двухсторонние отношения, способы выполнения договора.

ENFORCEABILITY OF AGREEMENTS BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF KOREA IN THE FIELD OF ECONOMIC COOPERATION UNDER INTERNATIONAL SANCTIONS

Ten Mi Ok*Scientific adviser: Niyazova Marina Valentinovna*

Abstract: The article is devoted to the enforceability of agreements between the Russian Federation and the Republic of Korea in the field of economic cooperation under sanctions. The significance of the enforceability of agreements and treaties by the Republic of Korea, which is an important foreign trade partner for the eastern regions of Russia against the background of the introduction of anti-Russian sanctions, is determined. The relevance of the research topic is related to the unstable trends of bilateral trade cooperation and political instability in the field of international economic relations.

Key words: Contract, agreement, labor partnership, economic sanctions, trade relations, bilateral relations, ways of fulfilling the contract.

Установление в сентябре 1990 года между Россией и Республикой Кореей (далее – РК) дипломатических отношений повлияло существенным образом на развитие международных связей между нашими государствами. В соответствии с внешнеполитическими стратегиями М.С. Горбачева «Новое мышление» и «Северной политикой» корейского президента Ро Дэ У определен дипломатический статус России, заключен ряд международных соглашений, в том числе в сфере экономического сотрудничества. Руководители стран постоянно подчеркивали важность взаимовыгодного партнерства [1]. На Восточном экономическом форуме в 2016 г. президент Республики Корея Пак Кын Хе отмечала: «Если объединить богатства природных ресурсов Дальнего Востока России с капиталом и технологиями Кореи, этот регион может стать новым голубым океаном для процветания наших стран», а в 2018 г. президент России В.В. Путин подтвердил, что «Республика Корея – важный перспективный партнер в Азиатско-Тихоокеанском регионе, двусторонние отношения развиваются поступательно по всем направлениям. Традиционно серьезное внимание мы уделяем развитию торгово-экономических связей». Роль РК в качестве внешнеторгового партнера России значительно возросла, особенно для ее Дальневосточных регионов. По данным Дальневосточного таможенного управления, РК – традиционно вторая по значимости страна-контрагент во внешнеторговом обороте макрорегиона и его доля в 2017-2021 гг. в среднем составляла 26 % . К сожалению, РК как давний военный и экономический союзник США присоединилась к односторонним мерам экономического давления (далее – санкции) коалиции стран, приведшие к дестабилизации двусторонних торговых отношений. Изучению влияния экономических санкций на экономику уделяется пристальное внимание (например, Ушакова Д.И. в своей работе «Внешняя торговля России в условиях санкционного давления», подробно описывает в разделе «Антироссийские санкции и конъюнктура мировых товарных рынков» влияние экономических санкций на экономику, на примере Российской Федерации) [2], но преимущественно исследования посвящены социально-экономическим последствиям, опуская правовые вопросы и особенно – на региональном уровне.

Вышеуказанные моменты определили актуальность и цель исследования. Далее приведем результаты анализа правового регулирования исполнения договоров между Россией и Республикой Кореей в условиях санкций, изучения механизма правовой защиты сторон и выявления возможностей повышения уровня исполнимости договоров.

Итак, опираясь на общенаучные и формально-юридические методы исследования выявлено, что 30-летнее дружеское сотрудничество России и РК основано на системе международных договоров в экономической сфере, включающей международные, межправительственный и межрегиональный уровни. Так, между странами подписаны межправительственные соглашения о торговле, вступившие в силу 10.06.1991 году, о гарантиях в инвестиционной деятельности, об избежании двойного налогообложения в отношении налогов на доходы (24.08.1995 г.) и др. На примере Приморского края продемонстрирован региональный уровень: приняты соглашения о дружбе и сотрудничестве с южнокорейскими провинциями такими как Кенсан и Кангвон (в 1995 г. и 1998 г., соответственно); с провинцией Кёнги подписан Протокол о намерениях по развитию сотрудничества (2013 г.), а с провинцией Северная Кёнсан действует Соглашение об осуществлении международных и внешнеэкономических связей в торгово-экономической, научно-технической и культурно-гуманитарной сферах (2018 г.) [3].

РК уделяет особое значение межправительственным российско-корейским отношениям, а также выходу корейских компаний на российский рынок, в т.ч. на рынок Дальнего Востока России. Наиболее интенсивно она развивает торговые отношения в Дальневосточном федеральном округе с такими субъектами как Сахалинская область, Приморский край и Хабаровский край. На эти территории приходится наибольшая доля внешней торговли России на Дальнем Востоке. Для данных регионов РК имеет большое значение. Так, на весь Дальний Восток приходится около 60% российского экспорта и около 7% импорта из РК. Львиную долю составляет нефть (78%), а также рыбная продукция (14%). Если рассматривать долю РК по регионам во внешнеторговом обороте, то для Камчатской области она составляет 54%, для Сахалинской области немного ниже - 49%, для Хабаровского края и Магаданской области - 15%, а на внешнюю торговлю Приморского края приходится 13%.

Сеул присоединился к международным санкциям против семи банков, включая Сбербанк, ВЭБ, Промсвязьбанк, ВТБ, Открытие, Совкомбанк и Новикомбанк и их дочерние компании. Также РК под-

держала и отключение ряда российских банков от SWIFT. Кроме того, Республика Корея заявила о прекращении экспорта в Россию стратегических материалов, запретила экспорт 49 российским компаниям из санкционного списка США, куда входит Минобороны России. Корейской стороной были свернуты инвестиционные проекты, в частности, прекращено сотрудничество Hyundai Heavy Industries Co. Ltd с ССК «Звезда» в Приморском крае, компании Kia и Hyundai Motor Group остановили производство автомобилей в Санкт-Петербурге и Калининграде, в России по нарастающей возникают вопросы с поставками ряда корейской продукции [4].

С 2022 г. ситуация изменилась. В ответ на экономические санкции Россия опубликовала распоряжение Правительства РФ с перечнем совершающих недружественные действия государств и территорий, в котором присутствует РК. Сеул присоединился к экономическим санкциям против семи российских банков, включая Сбербанк, ВЭБ, Промсвязьбанк, ВТБ, Открытие, Совкомбанк и Новикомбанк и их дочерние компании. Также РК поддержала отключение ряда российских банков от SWIFT. Кроме того, она заявила о прекращении экспорта в Россию стратегических материалов, запретила экспорт 49 российским компаниям из санкционного списка США, куда входит Минобороны России. Корейской стороной были свернуты инвестиционные проекты, в частности, прекращено сотрудничество Hyundai Heavy Industries Co. Ltd с ССК «Звезда» в Приморском крае, компании Kia и Hyundai Motor Group остановили производство автомобилей в Санкт-Петербурге и Калининграде, возникают вопросы с поставками ряда корейской продукции.

На данный момент, приморье укрепляет сотрудничество с провинцией Северная Чолла Республики Корея. К сожалению, на данный момент авиасообщение между Россией и РК отсутствует, но активно проходят переговоры между странами для нахождения дальнейших способов развития и увеличения доли торговли Приморского края с провинцией Северная Чолла в общем объеме российско-корейского товарооборота. Представители обоих государств подчеркивают взаимное стремление территорий к сотрудничеству.

Таким образом, исследование подтвердило, что международные договоры между Россией и РК в сфере экономического сотрудничества – важный инструмент развития двухсторонних отношений между двумя странами, для эффективности которых требуется обеспечить их исполнимость. Санкции ограничивают возможности для реализации соглашений и создают препятствия для взаимодействия между компаниями и организациями обеих стран. Однако, в краткосрочной перспективе экономические санкции оказывают негативное влияние больше на исполнение российско-корейских международных договоров экономического сотрудничества, чем на товарооборот стран. Для улучшения механизма исполнения договоров необходимо принять ряд мер, связанных с совершенствованием законодательства, повышением уровня экономической стабильности, укреплением правовой культуры. При наличии политической воли и экономической заинтересованности между Россией и РК, возможны разные способы для выполнения договора, таких как:

- разработка и принятие новых законодательных актов, направленных на улучшение условий экономического сотрудничества между Россией и Республикой Корея в условиях санкций, например, необходимо учитывать возможности для развития новых секторов экономики и улучшения условий для ведения бизнеса в условиях санкционного давления;

- продолжение работы по укреплению доверия в экономической сфере, например, необходимо содействовать развитию и укреплению взаимодействия между бизнес-сообществами обеих стран, а также совместным проектам в разных секторах экономики;

- продолжение работы по укреплению международного правопорядка и сотрудничества в области международного коммерческого арбитража, что может способствовать более эффективному и быстрому разрешению споров между сторонами в условиях санкций;

- содействие использованию альтернативных механизмов разрешения споров, таких как медиация или консультации, для улучшения исполнимости договоров в условиях санкций [5].

Результаты проведенного исследования могут быть полезны для предпринимателей и компаний, занимающихся экономической деятельностью в России и Республике Корея, а также для правительств и органов власти, занимающихся регулированием экономических отношений.

Список источников

1. Минакир П.А. Мировая экономика: идеальный шторм. Пространственная экономика, 2022, Т. 18, № 2, сс. 7–37. [Minakir P.A. The World Economy: The Perfect Storm. Prostranstvennaya Ekonomika = Spatial Economics, 2022, vol. 18, no. 2, pp. 7–37 (In Russ.)] DOI: 10.14530/se.2022.2.007-037
2. Ушкалова Д.И. Внешняя торговля России в условиях санкционного давления. Журнал Новой экономической ассоциации, 2022, № 3 (55), сс. 218–226. [Ushkalova D. Russia's foreign trade under sanctions pressure. Journal of the New Economic Association, 2022, no. 63 (55), pp. 218–226 (In Russ.)] DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-14
3. Зубаревич Н.В. (2022). Регионы России в новых экономических условиях. Журнал Новой экономической ассоциации, 2022, № 3 (55), сс. 226–234. [Zubarevich N. Regions of Russia in the new economic conditions. Journal of the New Economic Association, 2022, vol. 3 (55), pp. 226–234. (In Russ.)] DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-15
4. Карцхия А.А. Режим санкций: правовой аспект публичного и частноправового регулирования. Мониторинг правоприменения, 2022, № 2 (43), сс. 3-10. [Kartskhiya A.A. Sanctions Regime: Legal Aspect of Public and Private Law Regulation. Monitoring of Law Enforcement, 2022, no 2 (43), pp. 3-10 (In Russ.)] DOI: 10.21681/2226-0692-2022-2-2-10
5. Timofeev I. Rethinking Sanctions Efficiency. Evidence from 205 Cases of the U.S. Government Enforcement Actions against Business. Russia in Global Affairs, 2019, vol. 17, no. 3, pp. 86-108. DOI: 10.31278/1810-6374-2019-17-3-86-108

УДК 330.34

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ ESG-ПОВЕСТКИ

АРЬЮ АЛИСА АНТОНОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»

Научный руководитель: Стройков Геннадий Алексеевич

к. э.н, доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»

Аннотация: в условиях глобализации рыночной экономики, важную роль играет взаимодействие компаний с зарубежными контрагентами для привлечения инвестиций, обмена опытом внедрения высокотехнологичных решений, а также расширения рынков сбыта. На данный момент это невозможно без соответствия мировым стандартам устойчивого ведения бизнеса, что особенно актуально в рамках топливно-энергетического комплекса. В условиях санкционного давления на российскую экономику остро стоит вопрос о перспективах внедрения ESG-повестки. Автором сделан вывод о необходимости поиска внутренних драйверов внедрения принципов устойчивого развития, а также ориентироваться на предъявляемые критерии ESG со стороны Азиатско-Тихоокеанского региона и стран Ближнего Востока и Средней Азии, как наиболее быстроразвивающихся в сфере «зеленых» инвестиций.

Ключевые слова: устойчивое развитие, ESG, нефтегазовый комплекс, зеленые облигации

PROMISING DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE OIL AND GAS SECTOR ON THE TERMS OF THE ESG AGENDA

Aryu Alisa Antonovna*Scientific adviser: Stroykov Gennady Alekseevich*

Abstract: In the context of the globalization of the market economy, an important role is played by the interaction of companies with foreign counterparties to attract investment, exchange experience in the implementation of high-tech solutions, and expand sales markets. At the moment, this is impossible without meeting international standards for sustainable business, which is especially important in the fuel and energy complex. In the context of sanctions pressure on the Russian economy, the question of the prospects for implementing the ESG agenda is acute. The author concluded that it is necessary to search for internal drivers for the implementation of the principles of sustainable development, as well as focus on the ESG criteria presented by the Asia-Pacific region and the countries of the Middle East and Central Asia, as the fastest growing in the field of "green" investments.

Введение

На современном высококонкурентном рынке ESG повестка занимает важную роль: компании вынуждены ей следовать для привлечения новых клиентов, ресурсов и поддержания репутации, как со

стороны потребителей, так и регуляторов. В России следование экономических субъектов ESG стандартам остается на более низком уровне, по сравнению с многими зарубежными конкурентами, однако крупнейшие компании постепенно внедряют их в свою деятельность. Нефтегазовый сектор ориентирован на экспорт, а значит выполнение целей устойчивого развития является немаловажным фактором признания отечественной продукции на зарубежных рынках.

Мотивы внедрения принципов устойчивого развития различны для многих стран. Существуют внутренние и внешние драйверы, например, в США реализация ESG-повестки преимущественно регламентируется государством, а также со стороны потребителей есть повышенный спрос на товары компаний с хорошей репутацией. На сегодняшний день, основными мотивами следования ESG повестки для Российских компаний является привлечение зарубежных инвестиций, стремление к сотрудничеству с иностранными контрагентами, а также экспортные возможности.

В рамках введенных санкций с марта 2022-го года, действие оценок западных верификаторов в отношении российских эмитентов было прекращено, а также были приостановлены многие договоренности о сотрудничестве с западными компаниями в отношении товарооборота. В связи с этим необходимо рассмотреть альтернативные возможности привлечения иностранного капитала, для соответствия уровня научно-технологического развития отечественных компаний мировому уровню, а также расширения возможностей торговли.

Цель и задачи

Целью данной работы является анализ возможности переориентации компаний топливно-энергетического комплекса на альтернативные рынки, в условиях санкционного давления.

Для достижения поставленной цели, были выполнены следующие задачи:

Определены основные понятия и регулирующие институты в сфере устойчивого развития.

Произведен обзор текущей ситуации на рынке «зеленых» инвестиций.

Выполнен анализ уровня внедрения ESG-повестки среди перспективных направлений.

Проанализированы текущие «зеленые» проекты компании ПАО «Лукойл» на соответствие критериям, предъявляемым со стороны АТР в рамках устойчивого развития.

Основные понятия принципов устойчивого развития

Концепция ESG затрагивает экологический, социальный и управленческий аспект развития компании. Для нефтегазового сектора приоритетным является уменьшение вредного экологического воздействия на окружающую среду вследствие специфики производства.

Для инвесторов следование ESG повестки означает сокращение рисков при долгосрочном инвестировании по этим трем направлениям, а значит актив становится более привлекательным и надежным для вложений. Участники рынка хотят знать, каким образом компании присваивают веса ESG-рискам и учитывают ESG-факторы при формулировании своей бизнес-стратегии. Предоставление информации по факторам ESG позволяет подтвердить репутацию компании, в то время как отказ от ее раскрытия может негативно повлиять на рыночную стоимость компании, доступ к капиталу и репутацию бренда на рынке. Если говорить кратко, отчетность в области ESG представляет собой раскрытие информации о существенных рисках и возможностях в области ESG в качественных и количественных показателях. В ней также поясняется, каким образом и в каких направлениях информация о ESG-рисках и возможностях учитывается при разработке бизнес-стратегии компании [2, с.110].

Экологический аспект включает в себя такие понятия как сокращение выбросов парниковых газов и загрязнений, утилизация отходов, сокращение деятельности, приводящей к изменению климата.

Социальный аспект подразумевает гендерное равенство, создание хороших условий труда, положительное влияние на местное население.

Управленческая сторона ESG повестки рассматривает вопросы вознаграждения топ-менеджмента, взяточничество и коррупция, политическое лобби и пожертвования, структура и гендерный состав совета директоров, налоговая стратегия, взаимодействие со стейкхолдерами и другие. (более подробно – в Повестке дня на XXI век, ООН, 1992) [1 с.110].

Недостаточный учет, анализ и пересмотр рисков ведет к ухудшению деятельности компании, недоверию со стороны инвесторов. Компаниям необходимо предоставлять прозрачную информацию,

сравнивать ее с показателями конкурентов для обнаружения собственных узких мест, регулярно производить пересмотр управления рисками, для снижения их уровня.

Обзор текущей ситуации на рынке

Важным инструментом привлечения средств для реализации проектов в рамках ESG повестки являются «зеленые» облигации. Они отличаются от обычных облигаций большей устойчивостью во время высокой волатильности, выпуск таких облигаций повышает репутацию компании, а также для эмитента это является более дешевым способом привлечения денежных средств, так как на них высокий спрос со стороны институциональных инвесторов. На первом месте по выпуску «зеленых» облигаций стоит США, объем выпуска с 2009 года составил 211,7 млрд. долларов, на втором месте располагается Китай – 127,3 млрд. долларов, за ними идут Франция, Германия и Нидерланды [1, с.68]. Согласно данным международного рейтингового агентства Moody's на 2021 год, объем мирового выпуска ESG-облигаций достиг \$992 млрд, что выше прошлогодних показателей на 64%, на основе аналитики CBI, в 2021 на долю Азиатско-Тихоокеанского региона пришлось более 25% выпуска всех зеленых облигаций, а в 2022 году этот показатель увеличился до 35% от мирового выпуска. Самыми значимыми отраслями в рамках инвестирования являются энергетический сектор, транспорт и строительство. Среди Западных стран распространена практика частичного погашения купонов по «зеленым» облигациям за счет государства, а также освобождение держателей от налогообложения по доходам от данных финансовых продуктов, что делает выпуск привлекательным как для компаний, так и для инвесторов. Ознакомиться с рейтингом стран по объемам устойчивого финансирования можно в таблице 1.

Таблица 1

Рейтинг стран по объемам устойчивого финансирования

Зеленые облигации, млрд долларов		Социальные облигации, млрд долларов	
США	61,4	Франция	49,6
Германия	41,3	США	10,3
Франция	37,0	Япония	8,3
Китай	15,7	Корея	7,7
Нидерланды	15,0	Нидерланды	4,5
...		...	
Россия	2,4	Россия	0,4

Особенное внимание ESG повестке необходимо уделять компаниям нефтегазового сектора, приоритетным здесь является экологическое направление, так как процесс добычи и транспортировки полезных ископаемых сопряжен с высокими экологическими рисками и оказывает существенное воздействие на окружающую среду. Зарубежный опыт показал, что добиться существенного снижения негативного воздействия в этом секторе возможно несколькими путями: минимизация выбросов в ходе нефтегазодобывающей деятельности, а также сочетание низкоэлектроуглеродной энергетики и нейтральных по углероду решений. В ноябре 2020 года компания Occidental Petroleum впервые, среди крупных нефтегазодобывающих компаний поставила цель достижения нулевого показателя выбросов от основной деятельности к 2040 году, и выбросы от использования их продукции к 2050-у году. TotalEnergies SE - французская нефтегазовая компания, инвестирует средства в расширение профиля предоставляемых энергетических услуг, так компания стала второй во Франции по генерации солнечной энергетики, активно расширяется в создании батарей для электромобилей, а также в ее портфеле есть проекты по созданию ветровых установок, возобновляемой электроэнергии, производству водорода и другие. British Petroleum инвестировала средства в ветряную, солнечную и водородную энергетику и является одним из крупнейших вкладчиков в организации по возобновляемым источникам энергии во всем мире. British Petroleum также делает акцент на инвестициях в проекты по созданию возобновляемых источников энергии: ветряной, солнечной и водородной энергетики, на сегодняшний день это один из наиболее весомых компаний - вкладчиков в ВИЭ.

Одним из наиболее известных рейтинговых агентств соответствия компаний принципам ESG выступает рейтинг RAEX. При оценке соответствия принципам устойчивого развития, выполняется анализ на основе 200 индикаторов, рейтинг российских компаний нефтегазового сектора представлен в табл. 2.

Таблица 2

Нефтегазовые компании РФ в рейтинге RAEX на 17.01.2022

Компания	Позиция в ESG рейтинге	E	S	G
Роснефть	6	12	8	6
Лукойл	11	11	27	4
Новатек	16	8	15	39
Газпром	20	10	30	29
Сахалин Энерджи	25	24	2	59
Газпромнефть	29	31	17	24
Транснефть	33	18	53	21
Татнефть	39	39	49	32
Зарубежнефть	54	50	74	62
Сургутнефтегаз	79	35	107	99
Башнефть	99	111	113	67

Присвоение низкого рейтинга означает дополнительные риски для инвесторов, так как свидетельствуют о низкой ответственности компании за экологическое воздействие, что может привести к финансовым убыткам. Среди примеров отечественной практики можно привести катастрофу на одной из ТЭЦ ГМК «Норильский никель» в мае 2020 года. В результате разрушения резервуара с топливом, в тундру и реку Амбарную попало около 21 000 т дизеля. В результате акции компании подешевели за день на 8,18%, а компания понесла убытки в размере около 10 млрд руб., что привлекло в итоге к снижению выплат акционерам компании. Среди зарубежного опыта можно привести в пример взрыв на арендованной ВР у компании Transocean полупогружной нефтяной платформе Deepwater Horizon, работавшей в центральной части Мексиканского залива южнее штата Луизиана (США) в конце апреля 2010-го года. В результате крупнейшей экологической катастрофы компания потеряла 43 млрд долларов при снижении стоимости акций на 12%.

Исходя из данных, представленных Refinitiv объем инвестиций со стороны внешнего рынка в российские компании, составил около 610 млрд рублей, финансирование посредством облигационных займов составило 200 млрд. рублей.

Объем всего Российского ESG-рынка на начало 2022 года, включающий в себя таксономию и эмиссию облигаций, признанных международными стандартами, составил в сумме 396,2 млрд. рублей, из которых 18% составляют облигации Москвы, остальная часть является корпоративными.

Дополнительным драйвером внедрения ESG повестки в компаниях нефтегазового сектора стала «Зеленая сделка», принятая в 2019 году, в рамках которой Евросоюз нацелился к достижению углеродной нейтральности к 2050-му году. Для России это стало ограничением в поставках товаров и сырья на европейский рынок, что подтолкнуло отечественные компании нефтегазового сектора развивать технологии возобновляемых источников энергии.

В 2022 году появилась необходимость пересмотра условий внедрения ESG повестки в результате масштабных санкций, с которыми столкнулась Российская экономика. В результате ограничения доступа к западному капиталу, а также сокращение возможностей товарооборота, компаниям необходимо трансформировать подход внедрения принципов устойчивого развития. Ограничения привели к прекращению действия оценок верификаторов в отношении бумаг, выпущенных до марта 2022 года. Процесс сертификации российских проектов в рамках ESG повестки также осложняется из-за прекращения деятельности российских подразделений консультантов и аудиторов, так McKinsey, Boston Consulting Group (BCG) и Accenture, а Deloitte, KPMG и PwC объявили о прекращении деятельности в России. Еще

одним вызовом для отечественных компаний стало отсутствие возможности интеграции достижений научно-технического прогресса в высокотехнологичные проекты по аккумулярованию и распространению альтернативной энергии, утилизации отходов и прочее. В целях сохранения динамики развития российской экономики и соответствия мировому технологическому уровню, необходимо развивать внутренние ESG проекты, а также переориентироваться на новые рынки привлечения инвестиций, перспективным направлением в этой сфере выступает Азиатско-Тихоокеанский рынок (АТР) и страны Ближнего Востока. Эксперты оценивают возможности привлечения средств на данных рынках в рамках 3 трлн. долларов. Анализируя рынок АТР, видно, что это быстрорастущий регион с точки зрения внедрения ESG принципов в деятельность компаний, доля крупных предприятий, публикующих отчетность устойчивого развития, достигает 84%. Экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19 стал сильным драйвером к повышению уровня ответственности в сфере здравоохранения и экологии, продемонстрировав как глобальные проблемы сказываются на финансовой эффективности компаний. По данным аналитических отчетов Morgan Stanley и JP Morgan за 2020–2021 гг. в АТР наблюдается резкий рост инвестиций, связанных с устойчивым развитием.



Рис. 1. Динамика выпуска "зелёных", социальных, устойчивых и связанных с устойчивым развитием облигаций в Азии, млрд долл.

Наиболее перспективным партнерство в сфере привлечения инвестиций и товарооборота представляется с Китаем, где была анонсирована трансформация экономики с целью достижения углеродной нейтральности к 2060 году. В рамках этой инициативы будут реализованы система квотирования выбросов парниковых газов и система торговли квотами среди широкого спектра отраслей.

На данный момент в Китае не существует строгих требований к раскрытию отчетности, сопоставимых с GRI, однако при формировании отчетности и составлении рейтингов компаний Азиатские рейтинговые агентства ориентируются на Западные стандарты. Согласно ТАСС за 2022-ой год, объем товарооборота между Китаем и Россией составил 190,27 млрд долларов, в процентном соотношении по сравнению с предыдущим годом рост составил 29, 3%. Исходя из этого, можно сделать вывод о перспективном продолжении развития ESG повестки отечественных компаний в целях расширения возможностей торговли с партнерами АТР и Ближнего Востока и Средней Азии.

Обзор уровня внедрения ESG-повестки среди стран, перспективных для сотрудничества

Экономика Китая является быстрорастущей, ВВП КНР составляет более 18 % от мирового объема, стабильный рост экономики сопряжен с высокими показателями по выбросам загрязняющих ве-

ществ в атмосферу. По данным ВР Китай занимает первое место по объему выбросов CO₂, составляя 31,1 % от мировых выбросов.

Среди стран Ближнего Востока и Восточной Азии также остро стоит проблема роста выбросов CO₂, за последние 30 лет прирост выбросов в энергетическом секторе Индонезии увеличился в 9,5 раз, по данным EDGAR. В странах Центральной Азии: Казахстане, Узбекистане и Киргизии произошло снижение выбросов со стороны энергетического сектора.

В рамках Парижского соглашения, подписанного вышеперечисленными странами, установлены сроки по достижению углеродной нейтральности [4, с.84].

В 2015 году Китай первым в мире выпустил зеленую таксономию – набор критериев для выпуска зеленых облигаций в целях финансирования того или иного проекта, однако она имела ряд отличий от Западных представлений: по ней могли реализовываться проекты с использованием ископаемых источников энергии, не было необходимости внешней верификации компании для выпуска «зеленых облигаций», а также до половины привлеченных средств могли использоваться на корпоративные нужды. В связи с этим, несмотря на второе место Китая по выпуску «зеленых» облигаций, практически 70 % из них не соответствуют международным стандартам, что стало поводом для обновления Таксономии в 2021 году.

В Гонконге приняты строгие правила для публикации отчетности, в соответствии со стандартами GRI. Здесь не предусмотрена собственная таксономия, временно используется таксономия Китая.

Рейтинги Китайских компаний, согласно оценке MSCI остаются на достаточно низких уровнях, однако компании с рейтингом категории A , торгующиеся на Шанхайской и Шэньчжэньской бирже составили 6% от индекса FTSE Emerging по состоянию на 2020 год [3, с. 87]. Показатели ESG рейтингов по секторам в Китае продемонстрированы на рисунке 2.

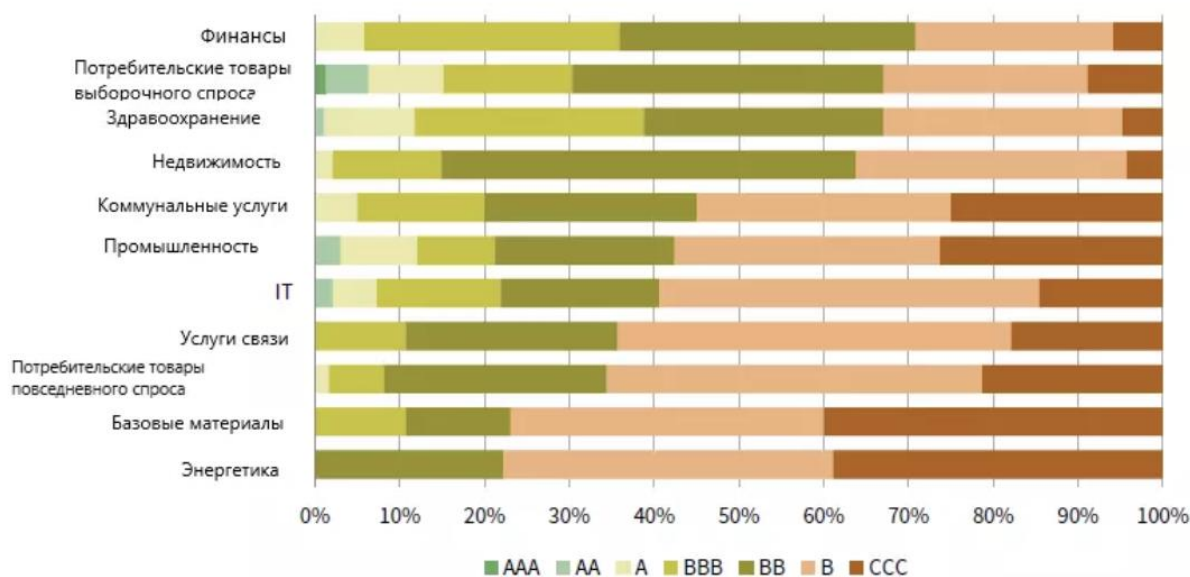


Рис. 2. Показатели ESG рейтингов компаний Китая по секторам экономики.

Источник: Factset Research Systems and MSCI ESG Researc.

Также динамика выбросов CO₂ в Китае по источникам представлена на рисунке 3.

Как видно из графиков, компании энергетического сектор обладают практически самым низким рейтингом ESG, а по динамике выбросов CO₂ располагаются на втором месте после транспорта. Рейтинговая оценка B и CCC присвоена 80% компаний данной отрасли. В связи с этим, крупнейшие компании нефтегазового сектора Китая также трансформируют свою деятельность в условиях ESG повестки: CNPC объявила о работе над созданием карт углеродной нейтральности. Sinoprec ввела показатели ESG в ряд показателей эффективности и осуществляет постоянный контроль над ними и пересмотр.

CNOOC переходит на торговлю углеродно нейтральным сжиженным природным газом, а также был создан комитет по аудиту показателей устойчивого развития, результаты анализа которого представляются совету директоров. Государственная энергетическая компания China Three Gorges Corporation поставила цель достичь пика углеродных выбросов к 2023 году и к 2040 году достичь углеродной нейтральности.

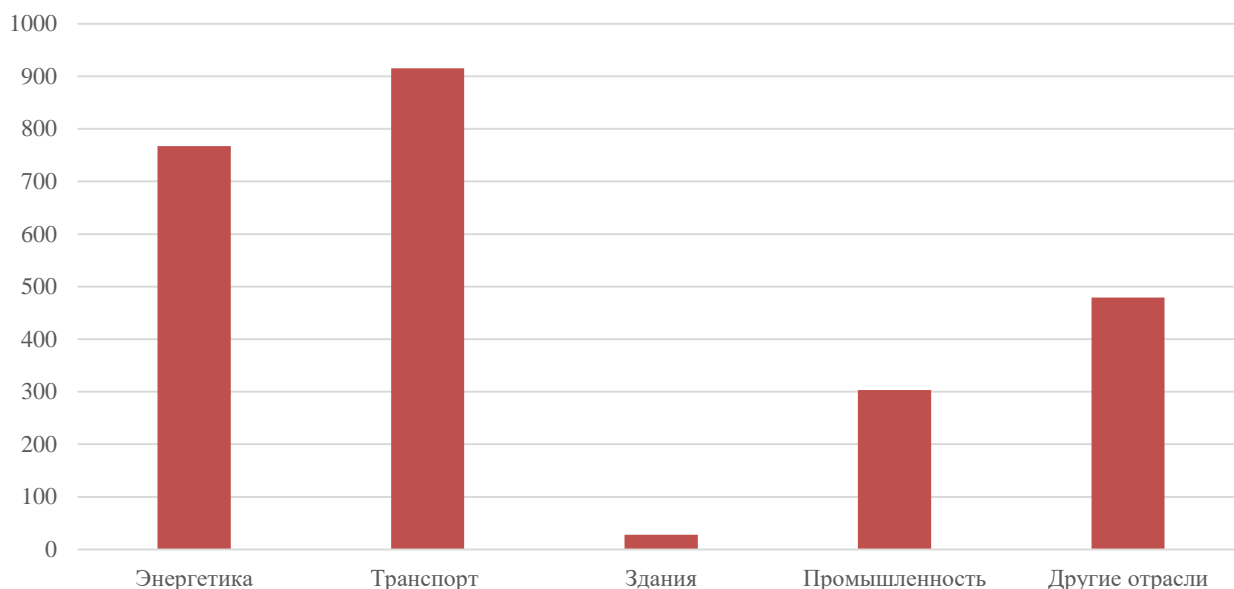


Рис. 3. Динамика выбросов CO₂ в различных секторах экономики в Китае 1990-2021 гг., %

В таксономиях стран АТР включены проекты по производству и использованию ВИЭ, системы передачи и распространению электроэнергии, проекты по утилизации отходов, производству «зеленого» общественного транспорта и городской инфраструктуры. Переходными проектами в рамках таксономий АТР представляются связанные с получением энергии при помощи атомной энергетики и газа. В Малайзии и Японии также к таким проектам приравнивается уголь и нефть.

Особое внимание к декарбонизации в КНР обоснован экстенсивными темпами роста экономики, что привело к нехватке питьевой воды, деградацией пахотных земель и пастбищ, массовая вырубка лесных массивов и показателей качества воздуха. В результате это сказывается на социальной сфере и сфере здравоохранения. Неэффективность потребления природных ресурсов в Китае доказывает и статистика: на единицу ВВП затрачивается в несколько раз больше цветных металлов, по сравнению с объемами в развитых странах. В 14-м пятилетнем плане социально-экономического развития КНР на 2021–2025 гг., принятом в ходе Всекитайского собрания народных представителей в 2021 году, закреплены конкретные цели для улучшения экологической ситуации:

- снизить уровень потребления энергии на единицу ВВП на 13,5%;
- снизить уровень выбросов CO₂ – на 18%;
- увеличить среднегодовую долю дней с хорошим качеством воздуха в крупных городах с 87% до 87,5%;
- увеличить долю поверхностных вод третьего класса и выше (пригодных для водоснабжения, купания, разведения рыбы) с 83,4% до 85% [6, с.303].

Наиболее известным рейтинговым агентством в АТР является Hong Kong Quality Assurance Agency (HKQAA), в его оценку входят такие аспекты как соблюдение прав человека, условия труда, уровень качества корпоративного управления, защита прав потребителя и воздействие на общество. Особое внимание уделяется экологическим факторам, наиболее важные из них: проблема истощения водных запасов, вырубка лесов, утилизация отходов, поддержание биоразнообразия, загрязнение атмосферы и гидросферы, изменение климата и уровень выбросов углерода.

Большинство бирж АТР открыты для зарубежных инвесторов, например: Гонконгская биржа, Сингапурская, Корейская, Вьетнамская, Китайская и биржа Индии, а также Малайзийская и Таиландская, при этом предоставление ESG отчетности не является обязательным только при листинге на Индийских биржах (Национальная биржа Индии, Бомбейская биржа) посредством депозитарных расписок, при условии, что компания не входит в тысячу крупнейших компаний по капитализации. Первой компанией, вышедшей на Гонконгскую биржу, стала компания РУСАЛ в 2010 году. Данная компания высоко оценивается с точки зрения устойчивого развития, что помогает ей привлекать зарубежные инвестиции.

Для привлечения инвестиций со стороны стран уже существуют инструменты, например программа «Один пояс, один путь», объем инвестиций по ней составил более 900 млрд долларов, среди стран участников присутствует Россия. В 2022 вышла программа «Рекомендации по защите окружающей среды в проектах международной инвестиционной кооперации и строительства», которая призывает следовать стандартам Китая и общемировым стандартам китайских инвесторов, что повышает уровень финансируемых проектов. При переориентации на рынок АТР России необходимо следовать этим требованиям [1, с. 112].

Обзор проектов ПАО «Лукойл» в рамках устойчивого развития

Среди Российских компаний нефтегазового сектора ярким представителем успешного внедрения ESG повестки является ПАО «Лукойл». Компания реализует обширный портфель программ, связанных с экологической повесткой, условиями и охраной труда, ведет социально значимые проекты, а также отслеживает эффективность деятельности менеджмента компании начиная с 2018 года. Также, ПАО Лукойл ежегодно публикует отчетность об устойчивом развитии. Результатом деятельности являются присвоенные высокие оценки в значимых мировых рейтинговых агентствах: европейское рейтинговое Агентство RAEX-Eurore отнесла ПАО Лукойл к классу «А» в 2021 году, отмечая высокие успехи компании со стороны социального аспекта [8, с.168].

Оценки других рейтинговых агентств представлены в таблице 3:

Таблица 3

Позиция ПАО «Лукойл» в ESG-рейтингах по состоянию на 2021 год

CDP	B-
SAM S&P Global	48
Sustainalytics Risk Rating	33
ISS	C
MSCI	BBB
Transition Pathway Initiative	3
Just Transition	9,5

Для компаний нефтегазового сектора, наиболее значимыми являются проекты по охране окружающей среды и уменьшению выбросов, рассмотрим экологически направленные проекты в портфеле ПАО «Лукойл».

Лукойл является лидером среди топливно-энергетических компаний в сфере внедрения возобновляемых источников энергии в рамках программы декарбонизации. Приоритетными направлениями развития ВИЭ технологий для компании являются регионы, в которых реализуются программы поддержки ВИЭ и подходящий для эффективной работы климат. На данный момент Лукойл располагает 4 ГЭС в России общей мощностью 291 МВт, 7 СЭС мощностью 41 МВт в России: на Нижегородском НПЗ, Краснодарской ТЭЦ, Болгарии, Румынии и Австрии и 1 ВЭС мощностью 84 МВт в Румынии. Энергия, получаемая при помощи ВИЭ, используется как на собственные нужды компании, так и поставляется внешним потребителям. Реализованные программы и запланированные проекты действуют в рамках глобальной цели ПАО Лукойл: сокращение к 2030 году контролируемых выбросов парниковых газов на 20 % по сравнению с состоянием на 2017 год, на данный момент ВИЭ обеспечивают более 6 % в объеме

коммерческой выработке электроэнергии, что позволяет сократить выбросы парниковых газов более чем на 500 тыс. тонн CO₂-эквивалента в год.

ПАО «ЛУКОЙЛ» с 2017 года является участником инициативы Всемирного банка «Нулевое рутинное сжигание попутного нефтяного газа к 2030 году», основным способом достижения этой цели является эффективное использование попутного газа в производстве, вместо факельного сжигания. Основными направлениями применения ПНГ является закачка его в пласт, для поддержания пластового давления, выработка тепла и электроэнергии, транспортировка на газоперерабатывающие заводы и газотранспортные системы организаций.

В портфеле компании присутствуют такие проекты как «Чистый воздух», «Чистая земля» и «Чистая вода» и «Биоразнообразие»

В рамках проекта «Чистая вода» компания минимизирует объемы воды, взятые из природных источников, эффективное использование водных ресурсов, а также обеспечение независимости производства от внешних природных факторов. В маловодных регионах, в процессе производства, большая часть воды возвращается в первоначальные водные бассейны, пройдя все этапы очистки, до восстановления исходных характеристик или близких к ним. Вода, добытая попутно с нефтью, а также накопленная дождевая вода, очищается и направляется в систему ППД.

Также компанией используется морская вода в целях охлаждения оборудования, Такая технология используется на «ЛУКОЙЛ-Нижневолжскнефть» и На НПЗ в Италии (ISAB), после использования, вода охлаждается до первоначальных температур, либо повторно используется, либо возвращается обратно в море, при недопущении сверхнормативных загрязнений. При работе по близости с морскими объектами реализуется основной принцип «Нулевой сброс», в рамках которого не допускается попадание отходов в море.

Программы по утилизации отходов контролируются системой введенного КПД: объем отходов должен быть равен объему их утилизации, о результатах ежегодно докладывается Правлению ПАО Лукойл.

Выводы

В условиях санкционного давления следование ESG-принципам не потеряло своей актуальности, так как при переориентации торговых взаимоотношений на Восточные регионы, необходимо следовать принципам устойчивого развития, а также предоставлять отчетность компаний для возможности эмиссии ценных бумаг на биржах АТР и привлечения инвестиций в рамках проводимых «зеленых» проектов. Эксперты оценивают возможности привлечения средств на данных рынках в рамках 3 трлн. долларов, на сегодняшний день, при этом рынок «зеленых» инвестиций Китая является вторым по величине, после США и развивается быстрыми темпами, так как высокий рост ВВП Китая сопровождается неэффективным использованием природных ресурсов и большим количеством выбросов CO₂ в атмосферу, что приводит к изменению климата. Требования, предъявляемые со стороны стран Ближнего Востока, стран АТР и Средней Азии во многом совпадают с западными стандартами, или стремятся к их достижению.

Изучив существующие экологические проекты, реализованные ПАО Лукойл, можно сделать вывод, что она ведет обширную деятельность в рамках ESG повестки и соответствует основным направлениям деятельности в рамках критериев, оцениваемых международными стандартами в области устойчивого развития, в том числе предъявляемых со стороны АТР, что говорит о возможном сотрудничестве, обмене технологическими возможностями и росте товарооборота между регионами. Для реализации необходимо сделать упор на развитие отечественных таксономий и стандартов ESG, с учетом опыта и критериев стран Азиатско-Тихоокеанского региона, БРИКС и Юго-Восточной Азии.

Список источников

1. Давыдова А.С. Зарубежный и российский опыт выпуска «зеленых» облигаций / А.С. Давыдова, В.З. Балакоев// Индустриальная экономика –2021. – Т.2, № 3. – С. 82-86. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_3_2_81. 6

2. Жукова Е. В. Основные тенденции развития ESG-повестки: обзор в России и в мире/ Е. В. Жукова // Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова. – 2021. – Т. 18, № 6. – С.68-82. – DOI: 10.21686/2413-2829-2021-6-68-82
3. Кузнецова О.В. Отраслевая структура экономики российских регионов как фактор их развития в 2020 г. / О.В. Кузнецова, Р.А. Бабкин.//Федерализм. – 2021. – Т. 26, № 3. – С.5-28. – DOI 10.21686/2073-1051-2021-3-192-205
4. Луконин С.А. Китай: декарбонизация экономики и следование принципам ESG/ С.А. Луконин, Б.А. Аносов//Федерализм. – 2021. – Т. 26, № 3. – С. 192-205. – DOI 10.21686/ 2073-1051-2021-3-5-28.
5. От ворот — восточный поворот // Коммерсантъ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5413077> (дата обращения: 14.03.2023).
6. Отчет об устойчивом развитии Группы «ЛУКОЙЛ» за 2021 год // Лукойл.ру URL: <https://rspp.ru/download/b1c943491484fd9e291de585e32d4759/> (дата обращения: 16.03.2023).
7. Пусенкова Н.Н. Низкоуглеродное будущее углеводородных компаний: на примере американских и европейских нефтяников / Н.Н. Пусенкова // ЭКО. – 2021. – № 7. – С. 73-96. – DOI 10.30680/ЕСО0131-7652-2021-7-73-96
8. Рэнкинг: ESG-рэнкинг российских компаний // RaexPro URL: <https://raex-rr.com> (дата обращения: 10.03.2023).
9. Хубаева А.О. Устойчивое развитие национальных нефтегазовых компаний Китая в условиях глобального энергетического перехода / А.О. Хубаева, Ю.В. Соловова // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2022. – Т. 24, № 1. – С. 64-84. – DOI 10.24866/1813-3274/2022-1/64-84.

© А. А. Арью, 2023

УДК 330

ПОСЛЕДСТВИЯ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИИ ПОСЛЕ НАЧАЛА ПРОВЕДЕНИЯ СВО НА УКРАИНЕ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИКИ

КАРАСЕВ ОЛЕГ ИГОРЕВИЧсотрудник
Академия ФСО России*Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна**к.э.н., доцент, сотрудник
Академия ФСО России*

Аннотация: в настоящее время политическая обстановка в мире накалена и с каждым днем осложняется. Так страны Евросоюза и США проводят санкционную политику против России, в связи с проведением специальной военной операции на Украине. Остаются вопросы: какие последствия повлечет за собой данная политика и какие возможности на выход из сложившейся ситуации.

Ключевые слова: санкции, СВО, Россия, Украина, политика, экономика.

THE CONSEQUENCES OF SANCTIONS FOR RUSSIA AFTER THE START OF THE SVO IN UKRAINE AND WAYS TO IMPROVE THE ECONOMY

Karasev Oleg Igorevich*Scientific adviser: Shevchenko Oksana Ivanovna*

Annotation: Currently, the political situation in the world is tense and getting more complicated every day. So the EU countries and the United States are pursuing a sanctions policy against Russia, in connection with a special military operation in Ukraine. The questions remain: what consequences will this policy entail and what opportunities to get out of this situation.

Key words: sanctions, SVO, Russia, Ukraine, politics, economy.

После признания Россией 22 февраля 2022 года ДНР и ЛНР независимыми государствами и начала СВО многие страны начали вводить санкции против РФ. Введенные странами санкции схожи, но наиболее тяжелые меры приняли США и ЕС.

Все санкции можно классифицировать на политические и экономические. Хотя первые имеют важное значение и имеют огласку в СМИ, но они почти не влияют на экономику. Экономические санкции подразделяют на: финансовые, энергетические, технологические и транспортно-логистические. Кроме санкций, введенных странами, огромную роль играют и крупные международные компании, которые ведут деятельность на территории нашей страны.

В сфере финансов основные ограничения ввели для банковского сектора, самая значимая из которых – заморозка золотовалютных резервов Банка России, они оцениваются в 300 млрд долларов. [1]

Также российские банки были отключены от системы быстрых международных переводов SWIFT и добавлены в SDN-лист (список организаций, с которыми гражданам США запрещено иметь какие-

либо деловые отношения). Введен запрет на ввоз в РФ долларов и евро. [2]

Компании VISA и Mastercard приняли решение уйти с российского рынка, соответственно и карты на этих платформах перестали работать за границей.

Правительство и Банк России нашли решение улучшения положения, так в марте были введены ограничения на торговлю акциями и иностранной валютой и ее снятие со счетов (не более 10 тыс. долларов), запрет на торговлю акциями с недружественными странами.

Что же касается энергетики, то был принят отказ от импорта российских энергоносителей или его сокращение. Для США российские газ, нефть и уголь не имеют значительную долю в импорте, однако для стран Европы играют преимущественную роль, поэтому они не могут полностью отказаться от этих энергоносителей. Евросоюз ввел потолок цен на нефть и нефтепродукты.

В ответ Россия заставила платить за газ в рублях через Газпромбанк, за отказ от этой схемы прекращены поставки в Польшу, Болгарию и Финляндию. С 1 февраля 2023 года вступил в силу запрет на поставки российской нефти и нефтепродуктов иностранным лицам при условии, что в контрактах на поставки предусматривается вверх цены.

В сфере IT санкции расширяли уже ранее принятые: после присоединения Крыма в 2014 году, кибератак во время выборов в США в 2016 году. Последствия были сглажены ввозом в страну оригинальной продукции без согласия правообладателя.

Сфера логистики и транспорта также пострадала. Россия и западные страны одновременно закрыли воздушное пространство друг для друга. Позже было запрещено российским судам заходить в порты ЕС, за исключением перевозок энергоносителей и сельскохозяйственной продукции (также запрещено финансировать суда, перевозящие российские энергоресурсы, приобретенные по цене, превышающей потолок). Многие компании перестали доставлять грузы в РФ.

В декабре 2022 года президент России заявил, что планы Запада на то, что российская экономика рухнет, не удалась. После начала СВО Международный валютный фонд гарантировал падение экономики России на 8-9 процентов, однако за 2022 год снижение составило 3,5 процента. Считают, что стойкость экономики поддержал рост мировых цен на нефть. Теперь же Международный валютный фонд предсказывает сокращение экономики на 2,3 процента. Банк России спрогнозировал существенное падение в 2023-м и медленное восстановление в 2024 году. Несмотря на это падение будет существенным для экономики. [3]

Санкции приведут к ухудшению производства и реализации товаров, следовательно, и к снижению качества, и повышению цены товаров и услуг.

Также пострадала инвестиционная активность: неопределенность не позволяет бизнесу принимать инвестиционные решения; ограниченный доступ на иностранный капитал привел к невозможности финансирования новых проектов крупного бизнеса, а для среднего и малого вообще поддержание деятельности; уход с рынка иностранных компаний привел к ухудшению активности зарубежного бизнеса.

Кредитная активность снизилась: объем непогашенных кредитов сокращается с мая.

Оказано влияние на федеральный бюджет России: в июле Минфин в первый раз в 2022-м сообщил о снижении нефтегазовых доходов – падение составило 22,5% относительно того же месяца прошлого года. Не нефтегазовые доходы в июле 2022 года упали почти на 29% относительно июля 2021-го. [4]

В сложившейся ситуации указанные санкции по-разному оказали влияние на разные отрасли.

Произошло значительное воздействие на нефтегазовую отрасль, в первые месяцы СВО уровень доходов внушительно увеличился, но затем к середине лета 2022 года они снизились вслед за нефтью.

Возможность ядерной сделки США с Ираном и поступление на рынок больших объемов нефти оказало негативное воздействие, как и возможная мировая рецессия. С другой стороны, положительный эффект оказало нежелание ОПЕК+ наращивать добычу нефти. Введение эмбарго и потолка цен позволит перейти на азиатские рынки, однако отсутствие флота и инфраструктуры является серьезным ограничением. [5]

Санкции привели к тому, что необходимые высокотехнологичные детали для машиностроения перестали поставляться вследствие этого имеющееся оборудование невозможно эксплуатировать.

Возможным выходом из этой ситуации может быть поиск альтернативных ретейлеров в других странах и параллельный импорт, но отсюда и рост издержек и сроков поставок.

Некоторые IT-компании сократили или прекратили свою деятельность в РФ, международные проекты приостановлены, возможна эмиграция специалистов в данной сфере.

Аналогичная ситуация и в торговле, поставщики прекратили ввозить в нашу страну товары, что привело к поиску новых импортеров, налаживанию новых логистических схем, росту издержек и сроков для предприятий.

Согласно анализу опроса, проведенного Банком России, только у 18% компаний ситуация с поставками не изменилась, с остальными предприятиями экспорт прекратился (хотя 35% производителей утверждают, что они нашли новых покупателей). Мировой рынок металлов замедлился на фоне общего сокращения экономических показателей и цен на энергоносители. [6]

На прямую санкции не воздействуют на операции с сельскохозяйственной отраслью, но закрытие многих портов для российских судов, логистические затруднения, сложность проведения финансовых операций значительно затрудняют их.

Очень важной проблемой стало прекращение поставок запчастей и самой сельскохозяйственной техники. Также затруднение с получением посевного материала и селекции, ветеринарными препаратами плохо влияет на данную отрасль.

Подводя итог можно сказать, что проблема санкционной политики по отношению к нашему государству является одной из самых приоритетных задач на сегодняшний день. Она затронула все основные отрасли российской экономики, правительство Российской Федерации находит выходы из определенных ситуаций, однако давление со стороны Запада создает ситуацию все тяжелее и тяжелее. Невозможно полностью спрогнозировать, когда закончатся эти санкции, так как в большей мере их причина лежит в политической составляющей.

Список источников

1. Кондрашова Н.Г. Выявление внутренних угроз экономической безопасности на региональном уровне // *Russian Economic Bulletin*, 2021. – 5 с.
2. Ханина А.В. Ретроспективный анализ влияния санкций на экономику СССР и Российской Федерации // *Модернизация российского общества и образования: новые экономические ориентиры, стратегии управления, вопросы правоприменения и подготовки кадров: Материалы XXIII национальной научной конференции (с международным участием)*. Таганрог, 2022. – 218 с.
3. Сендеров С.М., Рабчук В.И. Энергетическая безопасность сегодня и основные методики ее обеспечения // *Энергетическая политика*. – 2022. – № 11. – 56 с.
4. Рожкова Л.В., Кафтулина Ю.А., Коса С.С., Сальникова О.В. Перспективы несырьевого неэнергетического экспорта Российской Федерации в условиях санкционных ограничений // *Экономические отношения*. – 2022. – № 3. – 450 с.
5. Афанасьев А.А. Об оценке влияния международных санкций на условия функционирования отечественной промышленности // *Экономические отношения*. – 2022. – № 2. – 179–194 с.
6. Бегларян Г.А., Иванов Г.Н., Калугина П.П., Половинчикова А.В. Санкционная политика США и европейских стран в отношении России: поворот начала 2022 года // *Экономические отношения*. – 2022. – № 3. – 388 с.

УДК 339.9

ECONOMIC DIPLOMACY OF THE MAGHREB COUNTRIES IN THE EU IN THE CONTEXT OF INCREASING CONFRONTATION BETWEEN THE WEST AND RUSSIA

СЕКАЧЕВА АЛЛА БОРИСОВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Дипломатическая Академия Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы взаимоотношений стран субрегиона Магриб с интеграционным объединением ЕС. Связь между Магрибом и ЕС обусловлены бывшим колониальным прошлым, которое в нынешних условиях переросло в неоколониальную модель зависимости арабских государств на Севере Африки от стран Европейского союза. Основной проблемой взаимоотношений является незаинтересованность стран ЕС в сохранении эквивалентного обмена со странами Магриба. Таким образом, страны Северной Африки в лице Магриба вынуждены менять современную экономическую дипломатию в пользу России, Китая и других азиатских стран.

Ключевые слова: Европейский союз (ЕС), Магриб, экономическая дипломатия, неоколониальная модель развития.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ СТРАН МАГРИБА В ЕС В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНФРОНТАЦИИ ЗАПАДА И РОССИИ

Sekacheva Alla Borisovna

Abstract: The article deals with the issues of relations between the countries of the Maghreb subregion and the EU integration association. The connection between the Maghreb and the EU is due to the former colonial past, which in the current conditions has developed into a neocolonial model of dependence of the Arab states in North Africa on the countries of the European Union. The main problem of the relationship is the disinterest of the EU countries in maintaining an equivalent exchange with the Maghreb countries. Thus, the countries of North Africa, represented by the Maghreb, are forced to change modern economic diplomacy in favor of Russia, China and other Asian countries.

Key words: European Union (EU), Maghreb, economic diplomacy, neocolonial model of development.

In the modern scientific literature, the Maghreb includes six countries of North Africa: Libya, Tunisia, Morocco, Algeria, Mauritania and partially recognized Western Sahara. In Arabic, El-Maghreb means "west" ("where the sun sets"), that is, territories located to the west of Egypt belong to it.[1] Currently, about 100 million people live in the Maghreb, most of whom are of Arab, Berber or mixed Arab-Berber origin.

The economic development of the Maghreb countries is based on the extraction and subsequent export of minerals - natural gas, phosphates, oil and some other types, thus the manufacturing industry is in its infancy. Therefore, the task of economic diplomacy of the Maghreb countries is to obtain the necessary technologies for the transition to a new technological order.

So, in 1989, five countries of this region (except Western Sahara) signed an agreement on the estab-

lishment of the Arab Maghreb Union (SAM), the purpose of which was announced the creation of a political and economic integration association. The headquarters of this organization is located in Rabat, the capital of Morocco. At the same time, both Russian and foreign scientists emphasize that the Arab Maghreb Union does not actually work, "is in an amorphous state and does not play a significant role in world politics." The institutional structures of this Union do not function, and the Maghreb Bank for Investment and Foreign Trade "exists only on paper." [2] The reasons for this state of affairs are unresolved contradictions between the members of the Union and the growth of regional instability, which is largely initiated by Western countries, primarily members of the European Union.

For example, the trade of the Maghreb states is mainly focused on the European Union, and not on other States of North Africa. Therefore, internal trade between them is significantly lower than that of other integration groupings: according to the World Bank, its volume is less than 2% of the Maghreb's total GDP and less than 3% of the total trade volume of this subregion. According to journalist K. Malapart, a native of France living in Russia, until the former colonies gain real economic independence, their state sovereignty cannot be ensured. He justifiably points to the fact that it is impossible for African countries to fully develop as long as France and some other EU countries control their economic policy. Malapart also notes that even humanitarian aid to African states in the form of loans from their own funds is provided only on condition that they will be spent on European goods and contracts with French companies. Ultimately, in his opinion, France managed to subdue "the former colonies to such an extent as to nullify their independence." [3]

This circumstance indicates that a neocolonial model of development has been formed, that is, the implementation of the concept according to which political, socio-economic and cultural factors allow one state (usually the former metropolis) to exploit another state, the latter of which was usually previously colonized. The term "neocolonialism" was coined by the first President of Ghana, K. Nkrumah, who argued that this concept is fully applicable to Africa, and it explains the chronic poverty on the continent.

Let's turn to the statistics in Table 1, reflecting the GDP per capita in the Maghreb countries (USD) in 2022 (with the exception of the partially recognized Western Sahara).

Table 1

GDP per capita in the Maghreb countries (USD) in 2022 [4]

Country	GDP per capita (USD) in 2022
Libya	7 196,8
Algeria	4 294,4
Tunisia	3 763
Morocco	3 628,6
Mauritania	1544 (2021)

For comparison - in the USA, submitted by the IMF, in 2022, this figure was \$75180, and the global average was \$13400.

The attempts of the Maghreb countries to move away from the neocolonial model of development and accelerate the processes of regional integration encounter significant obstacles, the main of which are bilateral agreements with their main trading partner – the European Union. The EU supports trade with the grouping of the Arab Maghreb Union thanks to the decisions taken on the phased creation of the EU–Mediterranean free trade area, which is aimed at eliminating trade and investment barriers. Currently, the EU member states maintain relations with the Maghreb countries through association agreements. Although such arrangements may be beneficial for an individual country, region and for specific sectors of the economy, its "long-term consequences have been detrimental to the regional integration of these countries." Therefore, at present, the Arab Maghreb Union remains the least integrated in the world, since the share of intraregional trade, as we have already indicated, is insignificant, and much lower than in other integration groupings. Every year, 8 billion US dollars of private capital are exported from these countries. This process has captured all layers of society, but especially its educated part. According to the former governor of the Bank of Algeria, A. Hajj Nasser, "the middle class of North Africa is being formed outside of it."

The asymmetric nature of the Maghreb countries' economic relations with the EU is due to the fact that they are mainly suppliers of raw materials, as well as energy carriers and primary processing products. The Maghreb countries play a special role in the EU energy sector. Due to the export of energy carriers, they meet the needs of Spain for natural gas by 74%, Italy by 50%, France by 29%.

Therefore, the EU countries are interested in maintaining non-equivalent exchange with the Maghreb countries, which allows them to maximize the rate of profit in relations with these states. The EU's economic diplomacy is aimed at preserving the existing model of interaction between the Union and the Maghreb countries.

The desire of the Maghreb countries, like all other African States, to free themselves from colonial dependence determines the goals and objectives of economic diplomacy in relation to the European Union. Since the EU is not interested in transferring technologies to them and in general in the transition of these states to a new stage of technological development, a contradiction arises, which at the moment is expressed in the reorientation of foreign economic relations of the Maghreb countries to other states, in particular, to Russia, China and other economies of South-East of Asia.

References

1. Magrib. URL: <https://www.etymonline.com/word/magrib> (11.04.2023)
2. What Is The Arab Maghreb Union? URL: <https://www.worldatlas.com/articles/> (19.04.2023)
3. Малапарт К.Б. Ограбить Африку, накормить Францию. URL: <https://ren.tv/blog/> (17.04.2023)
4. Gross Domestic Product (GDP) per capita in North Africa in 2022, by country (in U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/1307103/gdp-per-capita-in-north-africa-by-country/> (29.04.2023).

© А.Б. Секачева, 2023

УДК 339.138

СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА ИНОСТРАННЫЙ РЫНОК

ФИЛЬКЕВИЧ И.А.,

д.э.н., профессор

ЦЗИНЬ СИНЬ,**ЯН КАЙ,****ЯН ЧЭНЬ**

магистранты

ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет» (МПГУ)

Аннотация: в статье рассматриваются современные стратегии выхода международных компаний на иностранные рынки с учетом современных глобальных вызовов и угроз. Научной новизной исследования является раскрытие современных подходов к формированию стратегии в практике хозяйствования российских предприятий в условиях санкционной политики.

Ключевые слова: стратегия; сбытовая политика; приоритеты; экономическое сотрудничество; иностранный рынок.

MODERN STRATEGY OF THE COMPANY'S ENTRY INTO THE FOREIGN MARKET

Filkevich I.A.,**Jin Xin,****Yang Kai,****Yang Chen**

Abstract: the article discusses modern strategies for international companies to enter foreign markets, taking into account modern global challenges and threats. The scientific novelty of the study is the disclosure of modern approaches to the formation of a strategy in the practice of managing Russian enterprises in the context of sanctions policy.

Key words: strategy; marketing policy; priorities; economic cooperation; foreign market.

Актуальность темы исследования, проводимого в данной статье, обусловлена тем, что работа не только на внутреннем рынке, но и на внешних обеспечивает более устойчивое развитие компаний. Обоснованная стратегия при выборе из альтернативных вариантов является одним из основных условий эффективной работы. Работая на внешние рынки, компания стремится разрабатывать новые продукты соответствующие или даже превосходящие конкурентов. Учитывая при этом ограниченность средств, следует тщательно обосновывать производственную программу, быть гибким и восприимчивым к инновациям.

Выверенная сбытовая политика, учитывающая внутренние и внешние факторы, позволяет российским компаниям эффективно функционировать в современной мировой экономике, противостоять внешним вызовам и угрозам.

Важно отметить, что сфера сбыта, обеспечивая потребителя товарами, завершает международные производственно-сбытовые цепочки предприятия. Фактически данная значимая сфера формирует механизмы глобальных поставок современных предприятий и транснациональных компаний.

Изучение трудов Л.А. Давыдова и В.К. Фальцман и трактовки ими понятия «сбыт» позволяет заключить, что ученые рассматривают сбыт с точки зрения оборачиваемости, когда произведенные товары и услуги превращаются в деньги. Фактически им характерен процессный подход. Они характеризуют сбыт со стадии приобретения материалов и комплектующих для производственного процесса и до момента получения от покупателя денежных средств [1].

В трудах Деминой Н.В., Гайдаенко Т.А. и Ляпуновой А.Д. рассматривается как собственно понятие «сбыт», так и взаимосвязанное с ним понятие «система управления сбытом». Сбыт данные исследователи рассматривают с точки зрения формирования товарных запасов, а также их распределения. Система же управления сбытом обеспечивает взаимосвязь элементов, обеспечивающих оптимизацию управления товарными запасами предприятия. Система управления сбытом состоит из различных, взаимосвязанных между собой элементов. В их числе субъекты сбытовой цепочки, методы и инструменты повышения эффективности сбытовой деятельности [2].

На наш взгляд, при формировании стратегии в современной экономике систему сбыта при выходе предприятия на зарубежные рынки следует рассматривать с точки зрения процессного подхода, что обеспечивает устойчивое функционирование предприятия.

Процесс сбыта начинается с выхода продукции с производства и приема его на склад и заканчивается ее предоставлением конечному потребителю. При этом продукция проходит промежуточные стадии, связанные с формированием запасов, комплектованием заказов покупателей, распределением товаров по каналам сбыта.

При формировании современной стратегии выхода российских компаний на иностранные рынки особое значение необходимо придавать исследованию конъюнктуры рынка.

При изучении конъюнктуры иностранных рынков изучается поведение международных конкурентов, кроме того учитывается отраслевая специфика, особенности национальных потребительских предпочтений за рубежом, как на текущую рыночную ситуацию, так и возможное ее изменение в будущем.

Рыночная ситуация оценивается на различных уровнях: локального товарного рынка, на уровне отрасли и на макроуровне. При этом оценивается динамика международного спроса и предложения, а также факторы, оказывающие на них влияние [3].

Конечной стадией процесса международного сбыта является поставка готовой продукции потребителю, получение валютной выручки от продаж, направляемой в производственный процесс и прибыли.

Сбыт на иностранных рынках является завершающим процессом в деятельности предприятия. При этом он характеризует всю эффективность работы предприятия на международных рынках [4]. При этом, правильно сформированная стратегия позволяет выстраивать с потребителями на зарубежных рынках долгосрочную форму сотрудничества, учитывающую глобальные вызовы и угрозы современного общества, обеспечивая потребителя необходимой ему продукцией в желаемом количестве и ассортименте, с учетом изменения глобальной экономики.

Грамотно организованная в соответствии с выбранной стратегией система управления сбытом обеспечивает эффективность деятельности компании, при этом наблюдается рост объемов продаж, прибыльности работы компании и ее устойчивого развития.

В числе стратегических задач компаний в сбытовой деятельности должны выступать следующие:

выбор прямых и косвенных методов формирования каналов товародвижения,

определение и организация функционирования каналов сбыта продукции, маркетинговых мероприятий по сопровождению товара,

формирование участников внешнеэкономической деятельности, обеспечивающих доставку товаров от производителя до конечного потребителя (перевозчиков, экспедиторов, сертификационных организаций, банков для проведения расчетов и др.) [5].

В заключении, можно отметить, что на эффективность сбытовой деятельности российских компаний оказывают влияние внешние факторы, вызванные санкционной политикой более 50 государств. При выработке новой стратегии продвижения продукции на иностранные рынки основное внимание должно быть уделено оценке позиций конкурентов, падению покупательского спроса на предлагаемую предприятием продукцию на санкционных рынках, росту цен на транспортировку товаров из-за возникающих логистических трудностей.

Список источников

1. Давыдова Л.А., Фальцман В.К. Экономика и управление предприятием. Основы немецкой теории Betriebswirtschaftslehre, адаптированной для применения в России – М.: Финансы и статистика, 2003 – 224с.
2. Калебина Ю.С. Стратегическое управление организацией / Ю.С. Калебина // Аллея науки. – 2020. –Т. 1. – № 8 (47). – С. 258-261.
3. Змеёва К.Ю., Лытнева Н.А. Организация и управление сбытовой деятельностью предприятия // Экономическая среда – 2016. – №1. – С. 153-162.
4. Кравцевич С.В. Предмет – объектная сторона понятий «рынка» и «конкуренции» в исследовании «обмена» // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. – № 2 (28). – С. 41–45.
5. Сафиуллин М.Р. Стратегический менеджмент: основные понятия и определения / М.Р. Сафиуллин – Казань: Изд-во: Аартифак, 2018. – 472 с.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ

МАРКОВ МАКСИМ ЮРЬЕВИЧ

аспирант

Московский инновационный университет

*Научный руководитель: Попова Галина Львовна**д.э.н., доцент**Московский инновационный университет*

Аннотация: В 2008 году по просьбе «Большой восьмерки» Международное энергетическое агентство (МЭА) разработало «25 рекомендаций в отношении политики энергоэффективности» представляющих собой комплекс экономических обоснований, которые могут быть использованы при формировании и реализации программ энергоэффективности в таких направлениях как строительство, транспорт, сфере жилищно-коммунального хозяйства. Предложенные меры отвечают требованиям экономической и энергетической эффективности и с успехом применяются многими государствами.

Ключевые слова: энергоэффективность, межотраслевая политика, национальный план действий, экономичность транспортных средств, отраслевые сети энергоэффективности, энергоэффективность жилья.

INTERNATIONAL PRACTICE OF ENERGY EFFICIENCY IMPROVEMENT

Markov Maxim Yurievich*Scientific adviser: Popova Galina Lvovna*

Abstract: In 2008, at the request of the Group of Eight, the International Energy Agency (IEA) developed "25 recommendations on energy efficiency policy", which are a set of economic justifications that can be used in the formation and implementation of energy efficiency programs in such areas as construction, transport, housing and communal services. The proposed measures meet the requirements of economic and energy efficiency and are successfully applied by many States.

Key words: energy efficiency, intersectoral policy, national Energy Efficiency Action Plan (NEAP), efficiency of vehicles, sectoral energy efficiency networks, energy efficiency of housing.

Международный опыт в реализации инициатив энергоэффективности и энергосбережения достиг масштабов, при которых уже можно выделить передовые методы и подходы способные значительно облегчить путь для тех стран, которые находятся на начальном этапе разработки программ энергосбережения.

Опираясь на международную практику в вопросе разработки политики энергосбережения можно выделить следующие отраслевые направления: межотраслевая политика; сфера коммунального хозяйства; жилищная сфера; транспорт; производственные предприятия, в том числе малый и средний бизнес.

Межотраслевая политика. Опыт разработки и реализации политик энергоэффективности показал, что правительства многих стран не уделяют должного внимания созданию законодательной базы и разработке необходимых межотраслевых регулирующих документов для реализации программ энер-

гоэффективности. В целях получения положительных результатов рекомендуется на первоначальном этапе создавать прочную основу для реализации программ в области энергоэффективности. В качестве такой основы выступает политика межотраслевого управления, предназначенная для регулирования процессов между инстанциями и участниками процессов по реализации программ энергоэффективности. При правильно разработанной межотраслевой политике создаются условия с четко определенной системой отчетности и распределением функций между профильными ведомствами и участниками, задействованными в процессах реализации программ энергоэффективности.

Согласно Директиве ЕС по вопросам энергоэффективности государства – члены Евросоюза должны разработать и осуществлять национальный план действий в области энергоэффективности (НПДЭЭ). Например, НПДЭЭ Дании ставит цель достижения независимости от ископаемых видов топлива к 2050 году. НПДЭЭ Финляндии является примером передового опыта, направлен на повышение энергоэффективности зданий общего пользования. Содержит широкий диапазон решений, таких как: минимальные стандарты на энергетические характеристики зданий, механизмы финансирования повышения энергоэффективности зданий общего пользования, проведение энергетических аудитов. НПДЭЭ Хорватии призван устранить факторы, препятствующие повышению энергоэффективности в стране. Реализация политики энергоэффективности привела к созданию в стране целой отрасли по энергетическому аудиту. В 2006–2010 годах энергетический аудит был проведен в 1 069 зданиях. В 2011–2012 годах в рамках реализации программы правительству удалось сократить расходы на энергетику на 20 млн долл. США.

Энергетическая политика в сфере коммунальных предприятий. Снижение потребления энергии в сфере коммунальных предприятий является одной из наиболее обсуждаемых тем. По мнению экспертов, в данной сфере сосредоточено более 50% потенциала энергопотребления. В странах с формирующейся экономикой коммунальные предприятия играют чрезвычайно важную роль в формировании политики и программ в области энергоэффективности.

Программа «Mass Save», действующая в США, штат Массачусетс, находящаяся в ведении коммунальных предприятий, ставит перед собой цель повышения энергоэффективности жилых зданий и коммерческих предприятий. Согласно прогнозам, до 2027 года ожидаемый экономический эффект составит более 8 млрд дол. США от реализации мероприятий выполненных в 2013-2015 годах на общую сумму в 2,2 млрд дол. США. В Португалии за период с 2007 по 2008 год удвоилось совокупное энергосбережение с 390 ГВт·ч до 878 ГВт·ч за счёт механизма проведения торгов между коммунальными предприятиями, которые предлагают меры по обеспечению более эффективного использования электроэнергии. Отбор предлагаемых мер проходит через технические параметры оценки экономичности. Соотношение выгоды и объёма затрат таких мероприятий составило 8:1 в жилищном секторе и 7:1 в промышленном секторе. Китайская программа обеспечения энергоэффективности с опорой на коммунальные предприятия показала, что коммунальные предприятия могут быть идеальными проводниками политики энергоэффективности и партнерами финансирующих организаций. Так на базе коммунальных предприятий были предоставлены займы в размере 520 млрд долл. США, которые использовались для привлечения инвестиций на 936 млрд долл. США в рамках программы софинансирования проектов энергоэффективности 78 компаний.

Политика в отношении домохозяйств. Необходимость модернизации старого жилого фонда, а также строительство современного жилья с нулевым, или близким к нулевому энергопотреблению признаётся во всём мире и является приоритетной задачей в политиках энергетической эффективности многих стран. Строительные нормы остаются одним из основных инструментов повышения энергоэффективности, однако прямое заимствование одними государствами опыта других в этой области затруднено, поскольку нормы изначально составляются с учетом местной природно-климатической и рыночной специфики. Сегодня, передовые технологии строительства находятся на уровне позволяющем на практике реализовывать проекты возведения зданий с нулевым энергопотреблением.

Отопление составляет порядка 40% энергопотребления домохозяйств. Ряд технических решений, таких как теплоизоляция, установка двойных стеклопакетов способны значительно снизить расходы на отопление. Не малую долю в расходе энергии занимает освещение. Здесь также есть эффектив-

ные технологии, наиболее распространённые из которых: замена ламп накаливания на галогенные лампы, установка в местах общего пользования датчиков движения для регулирования освещения. В регионах с солнечным климатом распространение получило использование солнечных батарей для аккумулирования энергии.

В Нидерландах, в рамках существующего в секторе арендного жилья соглашения, между правительством и местными органами власти, из бюджета выделено около 400 млн. евро на проведение 1 млн. модернизационных мероприятий, эффект от которых ожидается в виде экономии электроэнергии в размере 21 ПДж. Реализуется программа «Energiesprong», предусматривающая модернизацию и реконструкцию 111 000 единиц социального жилья до уровня близкого к нулевому энергопотреблению [1]. В Новой Зеландии для повышения энергоэффективности жилья домохозяйства получили 300 млн. долл. США в виде субсидий по программе «Warm Up Heat Smart». Ожидаемая выгода на промежутке в 20 лет составляет 1–1,5 млрд. долл. США, из которых 99% – это выгода, связанная с улучшением здоровья населения, причем на 74% эти выгоды обусловлены снижением смертности [2]. Китай, в районах с холодным климатом, установил цены на теплоэнергию с учетом реальных издержек и выставления счетов потребителям за фактическое потребление теплоэнергии, предварительно проведя мероприятия по теплозащите зданий, повышению эффективности систем теплоснабжения и предоставив потребителям приборы учёта тепловой энергии для осуществления контроля за её потреблением. Большинство зданий Эстонии, построенных до 1993 года, не отличаются энергоэффективностью. Для таких зданий, в рамках программы капитальных ремонтов, выделяя, через государственный фонд, займы на ремонт и субсидии на восстановление правительство оказывает содействие по повышению уровня энергоэффективности. Заем на ремонт предоставляется на долгосрочный период и с низкой процентной ставкой. Сумма субсидии может покрыть до 35% стоимости проекта. Болгария в рамках проекта энергоэффективности провела модернизацию 50 многоквартирных домов получив от реализации до 60% экономии энергии, что в ежегодном уровне составляет порядка 8,5 млн кВт·ч. Реализация данного проекта позволила изменить подход правительства к финансированию программ ремонта зданий [3]. В Соединенном Королевстве приняты меры по повышению энергоэффективности домашних хозяйств за счет внесения соответствующих модификаций в конструкцию стен. Использование технологии по возведению полых стен показали положительные результаты в экономической и энергетической эффективности.

Политика в отношении транспорта. С ростом населения неизменно увеличивается количество транспортных средств, одновременно с этим рост экономического развития способствует ежегодному повышению доступности приобретения транспортных средств населением. Вопрос топливной экономичности транспорта является одним из приоритетных в области энергетической эффективности. Параллельно с повышением уровня экономичности требуется повышение уровня мобильности населения. Доля транспорта в мировом энергопотреблении составляет 27%, причём 76% в этом показателе составляет наземный легковой, грузовой и общественный транспорт. Продекларированная цель глобальной инициативы по экономии топлива (ГИЭТ) удвоить к 2050 году экономичность мирового парка транспортных средств, сократив при этом показатель потребления топлива новых автомобилей с 8 л/100 км до 4 л/100 км по сравнению с базовым уровнем 2005 года [4].

Изменения в предпочтениях населения при приобретении нового автомобиля могут в среднесрочной перспективе привести к значительным переменам в средних показателях энергоэффективности парка автомобилей. Во Франции, за счёт реализации системы «бонус–малус», правительству удалось изменить предпочтения населения в пользу приобретения экономичных машин. Инициатива направлена на создание стимулов приобретения экономичных автомобилей и созданию антистимулов к покупке неэкономичных. Реализовывать подобные инициативы можно с минимальными издержками для налоговых поступлений в бюджет. В Ирландии за период с 2007 по 2011 год выбросы CO₂ сократились со 164 г/км до 133 г/км благодаря успешному изменению в 2008 году системы взимания транспортного налога с автомобилей, которая предусматривает переход от расчёта налога по объёму двигателя к налогообложению за объём выбросов CO₂ за километр пробега. Применение данной инициативы стимулирует население к приобретению менее габаритных и экономичных транспортных средств.

Передовая практика в области энергоэффективного городского пассажирского транспорта направлена на создание комфортных условий проживания в городской среде при которых у населения уменьшается необходимость использования личных транспортных средств, а предпочтение отдаётся использованию общественного транспорта; побуждают жителей к выбору более энергоэффективных методов перемещения, использованию немоторизованного транспорта; повышают уровень экономичности автомобилей путём введения нормативных параметров выхлопных газов [3]. В целях повышения привлекательности общественного транспорта, передвижения пешком и езды на велосипеде по сравнению с вождением автомобиля, Финляндия реализует стратегию мер по повышению энергоэффективности в транспортном секторе. Реализуемые мероприятия направлены как на регулирование, так и на информирование населения и подразумевают под собой: налогообложение транспортных средств с разделением по уровню выбросов; расширение системы общественного транспорта; проведение информационных кампаний направленных на приверженность экономичного стиля вождения при подготовке водителей. По мнению экспертов, элементы НПДЭЭ Финляндии, связанные с транспортом и государственным сектором, входят в число наиболее эффективных в Европе [3].

Политика в отношении предпринимательского сектора. Одним из ключевых документов определяющих энергетическую политику крупных предприятий с энергоёмкими процессами является международный стандарт ISO 50001 включающий в себя управленческий подход к повышению энергоэффективности на предприятиях, позволяющий комплексно решать ряд операционных задач. Этот вариант добровольной политики может быть предложен в качестве вспомогательной меры, сводящей к минимуму потребность в других регуляторных и фискальных мерах. Принятие стандарта ISO 50001 распространяется по всему миру и особенно полезно для компаний, работающих на глобальном рынке. В Ирландии 73 компании из 173 членов крупной отраслевой энергетической сети прошли или работают над получением сертификата ISO 50001 и уже добились снижения спроса на энергию на 10%.

Одним из важных инструментов представляющим интерес в рассмотрении политики энергоэффективности является организация отраслевых сетей энергоэффективности малых и средних предприятий. В 1987 году восемь предприятий Швейцарии объединились в сеть с целью снижения затрат на энергоресурсы. Впоследствии данная сеть стала прообразом идеи локальных сетей повышения энергоэффективности, которые в настоящее время успешно применяются в некоторых странах [5]. Суть создания сетей состоит в том, что несколько предприятий одной или разных отраслей объединяются в единую сеть в рамках разработки мероприятий по энергоэффективности. С помощью стороннего аудита выполняется оценка текущего уровня энергетической эффективности каждого предприятия сети, устанавливаются цели по снижению потребления энергии, разрабатываются мероприятия по достижению необходимого уровня энергоэффективности, устанавливается временной промежуток достижения целей, обычно 5 – 10 лет. Ежегодно предприятия подводят промежуточные итоги реализации программ энергетической эффективности, обмениваются опытом. В конце обозначенного периода подводятся итоги как по предприятиям, так и по сети в целом. Результаты реализации такого подхода на примере 70 сетей Германии и Швейцарии показали, что у компаний-участников сети повышение уровня энергоэффективности идёт на 100% быстрее по сравнению с компаниями, не вовлечёнными в сеть.

Заключение

Рассмотренные примеры уже показали свою успешность и принесли хорошие результаты как в экономическом, так и в энергетическом плане, которые выражаются в сокращении потребления энергии, повышении производительности предприятий, улучшении условий жизни населения. Не следует рассчитывать, что прямое копирование предложенных подходов в решении вопросов энергетической эффективности, хорошо зарекомендовавших себя в определённых условиях, принесут такой же успех в иной ситуации. При выборе инструментов для программ энергетической эффективности необходимо обращать внимание и учитывать такие факторы как географическое расположение, климатические и культурные особенности населения, приоритеты государства в области политики энергосбережения.

Список источников

1. The simple choice for energy efficiency [Электронный ресурс] // Energy Star Program. – Режим доступа – URL: <https://www.energystar.gov>.
2. Energy-Efficiency-Watch Conference Report [Электронный ресурс] // Energy Efficiency Watch. – Режим доступа – URL: http://www.energy-efficiencywatch.org/fileadmin/eew_documents/EEW2/Event_Report_WSED_2012.pdf.
3. Политика повышения энергоэффективности: передовой опыт. Второе издание. Европейская экономическая комиссия организаций объединённых наций.
4. Фёдоров А.В. Транспорт – энергоэффективные решения. Конференция РСоЭС «Климат и энергия – решения для будущего» 2015г. Санкт-Петербург.
5. Могиленко А. В., Павлюченко Д. А. Концепция создания сетей повышения энергетической эффективности предприятий // Энергоэксперт. 2014. № 6.

© М.Ю. Марков, 2023

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 330.342

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ЭКОСИСТЕМ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

СЮЭ ЧУАНЬСИНЬ

магистрант 2 курса профиля «Управление инновациями и предпринимательство»
Пензенский филиал Финансового университета При Правительстве РФ

Аннотация: Под воздействием ускоряющейся цифровизации, непрерывных трансформационных процессов в экономике России значительным образом меняются стратегии функционирования предприятий. В настоящей работе рассмотрена ключевая тенденция развития малого и среднего бизнеса, заключающаяся в создании предпринимательских экосистем и ее особенности в России.

Ключевые слова: Экосистема, типы предпринимательских экосистем, стратегия развития бизнеса, малый и средний бизнес.

FORMATION OF ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS AS A BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN MODERN RUSSIA

Xue Chuanxin

Abstract: Under the influence of accelerating digitalization, continuous transformation processes in the Russian economy, the strategies of the functioning of enterprises are changing significantly. This paper examines the key trend in the development of small and medium-sized businesses, which consists in the creation of entrepreneurial ecosystems and its features in Russia.

Key words: Ecosystem, types of entrepreneurial ecosystems, business development strategy, small and medium business.

Трансформационные процессы, происходящие в экономике России, оказывают непосредственное влияние на стратегии развития бизнеса. В условиях стремительных изменений как положительного характера – цифровизации, диджитализации, появления новых цифровых сервисов и услуг и других, так и факторов отрицательного воздействия – происходящей длительное время пандемии COVID-19, действия ряда санкций и ограничений со стороны недружественных стран, оттока ресурсного потенциала и т.д., предприятия бизнеса пересматривают свои стратегии в пользу формирования совместных проектов и развития предпринимательских экосистем.

Понятие экосистемы, появившееся в 1930-х гг. в биологии, теперь распространилось во многих сферах социально-экономической жизни общества. Ученые рассматривают разные виды экосистем в экономике: бизнес-экосистему, инновационную экосистему, экосистему знаний и предпринимательскую экосистему.

Под предпринимательской экосистемой понимается совокупность взаимодействующих субъектов предпринимательства разных кластеров и отраслей экономики, а также физических лиц, создающую новую ценность через сотрудничество и общие интересы, основанную на инновациях [1].

Жизнедеятельность субъектов экономики в рамках экосистемы позволяет генерировать синергический эффект, обусловленный созданием определенных совместных активов участников

этой структуры, которые весьма затруднительно или даже невозможно создать самостоятельно, действуя в одиночку [2]. При этом фирмы, объединяясь, получают конкурентные преимущества на рынке, в виде лучших условий для разработки технологий и внедрения инноваций, дополнительных ресурсов для создания и реализации новых видов товаров и услуг и другие преимущества.

Предпринимательские экосистемы могут распространяться как на местном, локальном, так и на региональном, общенациональном и мировом уровнях. Предпринимательская экосистема ориентирована на обеспечение экономического роста путем стимулирования предпринимательства.

Исследования предпринимательской экосистемы сосредоточены на особенностях предпринимательской идеи, географическом масштабе ее распространения, экономическом росте, координирующих институтах, отношениях между субъектами и управлении. Характерные черты предпринимательской экосистемы представлены на рисунке 1.

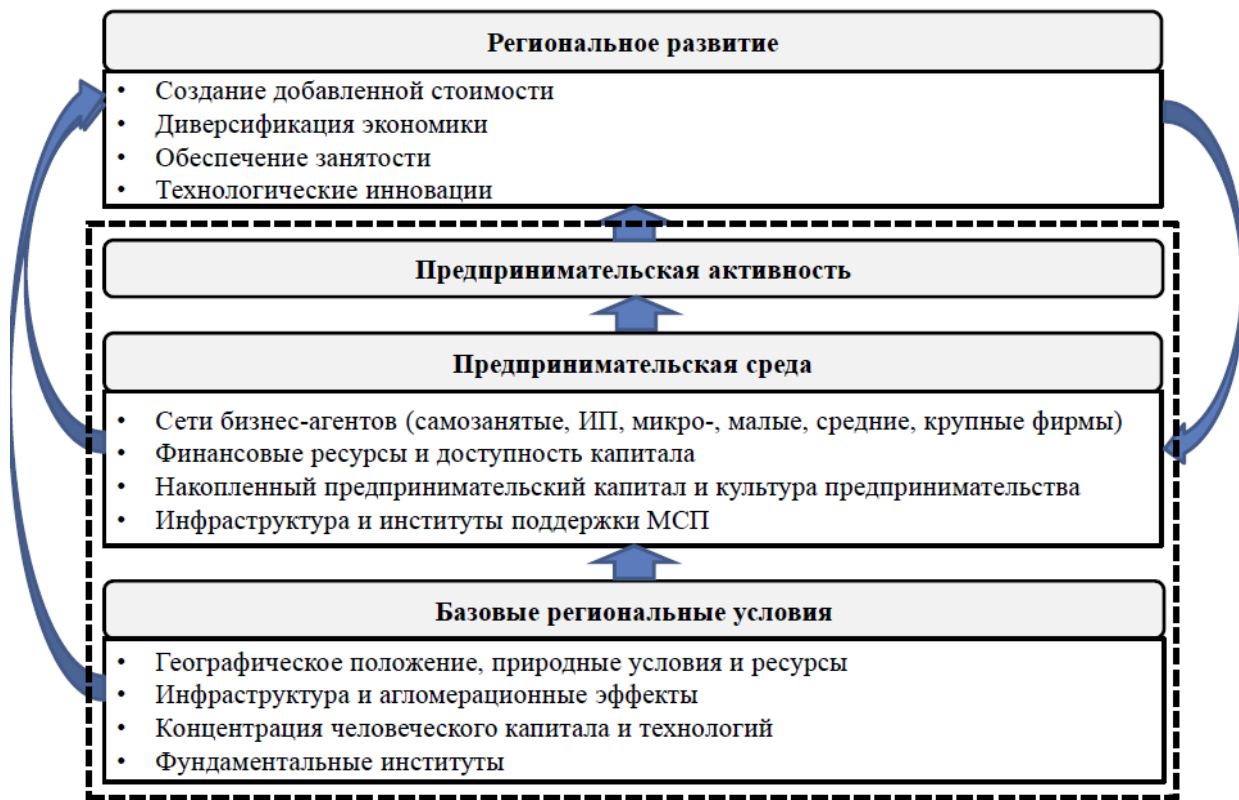


Рис. 1. Особенности предпринимательской экосистемы

Согласно территориальному принципу российские исследователи Земцов С.П., рин В.Л. выделили семь типов предпринимательских экосистем на основе характерных для них факторов, таких как: плотность бизнеса и отраслевое разнообразие экосистем, изменчивость экосистем, обусловленная динамикой отношения числа малых фирм к численности рабочей силы, связанность предприятий экосистем, например, банковскими и другими услугами, а также базовые условия, действующие на данной территории, в регионе [3].

Типы региональных предпринимательских экосистем России, согласно вышеупомянутому исследованию, отражены автором на рисунке 2.

Как видно из данных рисунка 2 предпринимательские экосистемы в пределах разных регионов Российской Федерации достаточно дифференцированы и представлены как достаточно мощными и хорошо развитыми системами, так и средне- и слаборазвитыми структурами.

В условиях тенденций последнего времени, отличающихся ускоренным развитием глобального цифрового пространства, появлением новых коммуникативных технологий, фактор территориальной составляющей начинает в меньшей степени влиять на бизнес и отходит на второй план.

Типы региональных предпринимательских экосистем в России		
1 тип	Центры предпринимательства: крупнейшие потребительские рынки с развитым сервисным сектором МСП, доступу к капиталу и низким рисками	Москва, Санкт-Петербург
2 тип	Развитые диверсифицированные регионы с высокой активностью предпринимателей с доступом к рынкам и капиталу	Белгородская, Воронежская, Калининградская, Новосибирская, Самарская, Тюменская, Челябинская, Свердловская области, Татарстан
3 тип	Диверсифицированные регионы с развитым производственным сектором МСП со средне-высокой активностью бизнеса вблизи крупных рынков	Калужская, Рязанская, Томская, Тульская области
4 тип	Южные регионы со среднеразвитым диверсифицированным сектором МСП, повышенной ролью аграрного бизнеса и средними рисками	Волгоградская, Ростовская, Курганская, Липецкая Оренбургская области, Краснодарский и Ставропольский края
5 тип	Северные слабо диверсифицированные регионы со средней активностью бизнеса, усложнённым доступом к рынкам, низкой неформальной занятостью	Ненецкий, Чукотский и Ямало-ненецкий автономные округа, Республики Коми, Карелия, Саха (Якутия), Архангельская и Мурманская области, Красноярский край
6 тип	Восточные слаборазвитые регионы, удалённые от рынков, с низкой активностью бизнеса и высокими рисками	Иркутская и Амурская области, Республика Хакасия, Республика Саха (Якутия), Республика Бурятия, Забайкальский край
7 тип	Слаборазвитые регионы с низкой регистрируемой активностью бизнеса, высокими рисками и худшими условиями доступа к капиталу	Карачаево-Черкесская Республика, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия (Алания), Республика Ингушетия, Чеченская Республика, Республика Дагестан, Республика Калмыкия

Рис. 2. Типы региональных предпринимательских экосистем

Самые масштабные предпринимательские экосистемы формируются, как правило, вокруг повседневных потребностей человека и включают в себя сервисы покупок, оплаты услуг, поездок, образования, развлечений и т.д. Такие проекты развивают, прежде всего, крупные корпорации [4]. Однако конкуренцию им на местном, региональном уровне составляют и более мелкие фирмы. Проведенный анализ показал, что по отраслевому принципу наиболее распространенными предпринимательскими экосистемами являются:

- банковские экосистемы (Сбер, Тинькофф, ВТБ, Альфабанк и др.);
- экосистемы в сфере телекоммуникаций и IT-технологий (Яндекс, VK, МТС, МегаФон);
- ритейл (X5 Retail Group, ПАО «Магнит», ГК «М.Видео-Эльдорадо», Fix Price Group и др.);
- сервисы интернет-торговли (Ozon, Wildberries, Авито).

Наиболее крупной экосистемой России на текущий момент является компания Сбер, которая осуществляет свою деятельность более чем в 50 направлениях бизнеса, создавая экосистему для реализации концепций типа B2B, B2C, B2G.

Таким образом, в отраслевой практике российские фирмы все чаще строят разнообразные предпринимательские экосистемы и ожидается дальнейший их рост и распространение в будущем.

Список источников

1. Денисов И.В., Половова Т.А., Уваров Р.А. Формирование экосистемы в условиях трансформации экономики: институциональные аспекты// Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2023, Vol. 13, Is. 1A, с. 254-264

2. Филимонов О. И., Касьяненко Т. Г., Кухта М. В. Экосистема как новая организационно-экономическая форма ведения виртуального бизнеса // Актуальные исследования. 2021. №48 (75). Ч.II. С. 31-41. URL: <https://apni.ru/article/3298-ekosistema-kak-novaya-organizatsionno-ekonom>
3. Земцов С.П., Бабурин В.Л. Предпринимательские экосистемы в регионах России // Региональные исследования. 2019. №2. С. 4-14
4. Седашов Н. Как российские компании развивают экосистемы — 2022. <https://vc.ru/u/163530-nikolay-sedashov/349623-kak-rossiyskie-kompanii-razvivayut-ekosistemy-2022>

© Сюэ Чуаньсинь, 2023

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 330.341.1

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

СЕМЕНОВ ИВАН МИХАЙЛОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*Научный руководитель: Егорова Елена Николаевна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»*

Аннотация: инновационное развитие играет значительную роль для обеспечения успешной деятельности компаний в настоящее время. Однако с целью повышения конкурентоспособности необходимо не только внедрение инноваций, но и совершенствование процесса управления инновационными проектами. В статье рассмотрены основные подходы к управлению инновационными проектами. Особое внимание уделено методам и технологиям управления инновационными проектами в рамках их оценки для принятия соответствующих управленческих решений.

Ключевые слова: инновационные проекты, инновации, методы, технологии, оценка.

METHODS AND TECHNOLOGIES OF INNOVATIVE PROJECTS MANAGEMENT. EVALUATION OF INNOVATIVE PROJECTS

Semenov Ivan Mikhailovich*Scientific adviser: Egorova Elena Nikolaevna*

Abstract: innovative development plays a significant role in ensuring the successful operation of companies at the present time. However, in order to increase competitiveness, it is necessary not only to introduce innovations, but also to improve the process of managing innovative projects. The article considers the main approaches to the management of innovative projects. Particular attention is paid to the methods and technologies for managing innovative projects in the framework of their evaluation in order to make appropriate management decisions.

Key words: innovative projects, innovations, methods, technologies, evaluation.

В настоящее время управление инновационными проектами представляет системный процесс, который позволяет достигать поставленные перед организацией цели и приспосабливаться к условиям динамично меняющейся внешней среды. Вместе с этим текущая ступень развития общества диктует необходимость в большей интеграции знаний, информации и инновационных процессов.

Инновационные проекты в высокотехнологичных отраслях имеют свои особенности при разработке и внедрении по причине их уникальности и значимости для дальнейшего развития компании. При этом ввиду того, что управления инновационными проектами носит комплексный и системный характер, необходимо всестороннее подходить к процессу управления ими, то есть анализировать по от-

дельности имеющиеся аспекты. Кроме того, при определении путей совершенствования методов управления инновационными проектами также важно учитывать те проблемы, которые влияют на разработку и внедрение инновационных проектов в выбранной отрасли, то есть процесс управления в целом может варьироваться в зависимости от типа компании и вида инновации.

Управление инновационными проектами осуществляется на всех его стадиях, к которым относятся разработка, реализация и подведение итогов. Особую роль для инновационных проектов играет стадия разработки, поскольку некорректно разработанный инновационный проект может привести к значительным убыткам, репутационным рискам и потере конкурентоспособности ввиду недостаточной степени креативности инновационного продукта или услуги. Кроме того, уровень риска для инновационных проектов значительно выше в связи с неопределенностью и значительным влиянием факторов внешней среды. Например, фактические расходы на реализацию инновации могут оказаться значительно выше плановых показателей, а также стоит учитывать затраты, связанные с доработкой или переработкой инновационного проекта [4, с. 30-31].

При этом специфика инновационных проектов также диктует потребность в проявлении большей гибкости при управлении. Так, для инновационных проектов характерно проведение специального анализа и оценки (зачастую при разработке инновационного проекта) с учетом особенностей отрасли и цели инновационных проектов. В связи с этим, применение методов управления инновационными проектами должно учитывать данные факторы для проведения качественного экономического анализа и оценки эффективности разрабатываемых инноваций. В частности, для инновационных проектов особую роль играют маркетинговые исследования, которые позволяют оценить предполагаемый объем продаж, полученный в результате реализации проекта.

В рамках применения методов управления инновационными проектами особенно стоит выделить методы инвестиционного анализа. Данные методы позволяют рассчитать показатели, свидетельствующие о целесообразности реализации инновационного проекта. К таким показателям стоит отнести:

- анализ объемов инвестиций на отдельных этапах реализации инновационного проекта;
- анализ выручки, которая будет получена от реализации инновационного проекта при различных вариантах (либо анализ другого показателя, характеризующего цели реализации инновационного проекта, отличные от получения экономической выгоды);
- оценка доходов от внедрения инновации (в разрезе таких факторов, как вероятность, сроки, длительность и пр.).

Условно такие методы можно разделить на абсолютные, относительные и временные. Абсолютные методы оценки инновационных проектов оперируют абсолютными величинами в рамках анализа масштабов инновационного проекта (выручка, затраты, средние значения и пр.), то есть позволяют оценить эффект. Относительные методы, в отличие от абсолютных, позволяют сделать вывод об эффективности инновационного проекта, анализируя возможные отклонения, структуру, внутреннюю норму доходности, рентабельность и пр. В свою очередь, временные методы позволяют определять временные промежутки этапов инновационного проекта и корректировать финансовые показатели с учетом временного фактора. Применение данных методов способно установить период реализации инновационного проекта, срок его окупаемости, а также разграничить эффект от инноваций в течение времени с учетом особенностей проекта и отрасли [3, с. 138-140].

В отличие от методов управления инновационными проектами технологии позволяют определить способ управления, то есть то, каким именно образом организация будет руководить всеми этапами инновационного проекта. В зависимости от вида деятельности компании могут использовать следующие технологии управления:

- 1) самостоятельное внедрение (процесс осуществляется полностью самой организацией);
- 2) обучение (инновация требует подготовку кадров без существенных материалов и оборудования);
- 3) стратегический консалтинг (инновационная стратегия разрабатывается и реализуется сторонними консалтинговыми фирмами);
- 4) трансфер (адаптация инновации, взятой из другой отрасли, к автомобильной отрасли);

5) инжиниринг (инновационные проекты на всех стадиях полностью реализуются сторонними организациями) [1, с. 178-181].

Наиболее распространенными технологиями управления инновационными проектами являются самостоятельное внедрение и инжиниринг. Два принципиально разных подхода к реализации инновационных проектов имеют свои преимущества и недостатки. Прежде всего необходимо иметь представление об уровне инновационного потенциала компании и ее способности самостоятельного осуществления инновационной деятельности без привлечения сторонних организаций. В данном случае стоит провести оценку имеющихся ресурсов предприятия и определить наличие эффекта от самостоятельного внедрения инновации (то есть экономическая выгода по сравнению с инжинирингом).

В случае выбора технологии инжиниринга организации требуются значительные финансовые ресурсы для одновременного приобретения инновации у партнерской компании. При этом компании потребуется провести детальный анализ рынка высоких технологий с целью выявления наиболее подходящего контрагента.

В свою очередь, при самостоятельном внедрении инновационного проекта затраты, связанные с разработкой инновации, распределяются во времени, что в определенной степени ограничивает для компании инвестиционный риск. При этом создание специального функционального подразделения, ответственного за проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок в долгосрочной перспективе более выгодно, чем на регулярной основе привлекать для каждого инновационного проекта стороннюю организацию [2, с. 23-24].

В связи с этим, технологии управления инновационными проектами имеют свои преимущества и недостатки, однако прежде всего необходимо оценивать различия экономического эффекта от самостоятельного внедрения инноваций до полного аутсорсинга. В данном случае для принятия решений существенную роль будет играть качество используемых предприятием инструментом анализа и мониторинга, способность адекватно оценить различия в предлагаемых подходах и, возможно, выбрать иные технологии (например, стратегический консалтинг). В результате технологии управления инновационными проектами могут варьироваться в зависимости от отрасли, специфики и типов инновационных проектов.

Таким образом, управление инновационными проектами на предприятии представляет собой комплексный процесс, который опосредуется различными методами и технологиями управления, позволяющими оптимально использовать имеющиеся ресурсы и достичь максимального эффекта от внедрения инновационных проектов. Для выбора метода и технологии управления инновационными проектами необходимо проводить количественную и качественную оценку всех этапов инновационных проектов для формирования исчерпывающего представления об инновационном проекте, связанных с ним затрат и потенциальных экономических выгод.

Список источников

1. Поляков Н. А. Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с.
2. Година О.В., Максименко Л.С., Поповиченко М.А. О разработке инструментов анализа и оценки инновационных проектов // Индустриальная экономика. – 2023. – № 1. – С. 21-26.
3. Мансурова Ю.Т., Старцева А.В. Задача формирования системы инновационного развития предприятия с учетом инновационных бизнес-процессов // Информационные и математические технологии в науке и управлении. – 2023. – № 1 (29). – С. 135-148.
4. Петров М.Н. Концептуальные и методические подходы к совершенствованию процессов управления инновационными проектами в условиях цифровой трансформации // Финансовые рынки и банки. – 2022. – № 6. – С. 30-36.

УДК 338.24, 005.96

ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ: СТОП-ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

СОКЕРИНА СВЕТЛАНА ВЯЧЕСЛАВОВНА

кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Аннотация: Актуальность развития и реализации инноваций в деятельности современных компаний не вызывает сомнений. Инновационное развитие компаний зависит от проявления инновационного поведения сотрудниками компании. В статье рассматриваются стоп-факторы, замедляющие или останавливающие инновационное развитие компании, а также методы нейтрализации этих факторов.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие компании, инновационное мышление, инновационное поведение, инновационный потенциал персонала.

INNOVATIVE EMPLOYEE BEHAVIOR: STOP FACTORS AND METHODS FOR THEIR NEUTRALIZATION**Sokerina Svetlana Vyachelavovna**

Abstract: The relevance of the development and implementation of innovations in the activities of modern companies is beyond doubt. The innovative development of companies depends on the manifestation of innovative behavior by the employees of the company. The article discusses the stop factors that slow down or stop the innovative development of the company, as well as methods for neutralizing these factors.

Key words: innovations, innovative development of the company, innovative thinking, innovative behavior, innovative potential of personnel.

Наличие большого количества вызовов и задач современного этапа развития экономики стимулирует высокотехнологичные и инновационно-ориентированные компании к созданию новой продукции, к поиску новых технологий и обновлению процессов, базовыми основами которых являются инновации. Характерной особенностью современного периода развития экономики является высокая технологичность, обеспечивающая прогресс в развитии. В свою очередь инновационное развитие компаний обусловлено появлением наукоемких технологий [1]. Темпы изменений в научной и технической сферах увеличиваются год от года, что влечет за собой повышение интереса к внедрению инноваций. Растет интерес к экономике знаний и к возможностям развития инноваций для повышения устойчивости и конкурентоспособности компании.

Основой развития экономики, базирующейся на использовании знаний и внедрении новаций, является инновационное поведение.

Инновационное поведение проявляется в реализации этапов инновационной деятельности: новатор замечает необъектируемый лаг, в котором требуются изменения (объект изменений или ориентир для внедрения новшества) - новатор задает себе вопросы, связанные с улучшением (каким образом, за счет чего можно улучшить/ изменить/ усовершенствовать), подключая все способы инновационного мышления - новатор генерирует идеи, формирует гипотезы и умозаключения (и здесь большую роль играет наличие поддерживающей среды) – новатор экспериментирует, ошибаясь и вы-

ходя на новый уровень результативности, применяя в практической деятельности новые методы и инструменты – новатор достигает результата инновационной деятельности.

Истоками, обеспечивающими инновационное поведение сотрудников, является инновационное мышление. В свою очередь инновационное мышление ценно только тогда когда оно выражается в инновационном поведении – сотрудник мыслит и действует.

1. Действует, потому что думает, осознает, формирует новые концепции и гипотезы, идет на риск, ошибается и продолжает поиск. В основе этого действия лежит знаниевый ресурс, обеспечивающий возможность поиска новых решений и наличие многовариативности мышления. *Способность к новаторской деятельности* – важный фактор для развития инноваций.

2. Действует, потому что имеет внутреннюю мотивацию на производство новаций, что позволяет не останавливаться в поиске новых концепций и гипотез - именно *внутреннюю* мотивацию, дающую энергию для продолжения генерации новых идей, каким бы трудным не был путь создания новации.

3. Действует, потому что *имеет инновационные замыслы и цель и готов двигаться* - готов к поиску новых концепций и гипотез для последующего выбора наиболее подходящего решения.

Инновационное поведение же в свою очередь невозможно без инновационного мышления. При этом инновационное мышление развивается именно в процессе инновационной деятельности, которая служит возможностью проявления инновационного поведения.

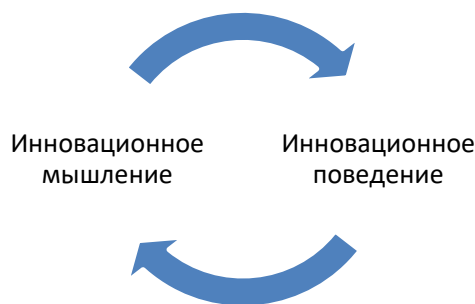


Рис. 1. Созависимость инновационного мышления и инновационного поведения

А. П. Соколова и соавт. отмечают, что инновационное мышление одновременно трактуется как процесс (познавательная деятельность) и как инструмент познания [2]. Познание, в свою очередь, возможно только в практической деятельности.

Т. Н. Аверина отмечает, что инновационное поведение целесообразно рассматривать как способ внешней демонстрации инновационного мышления. Инновационное поведение проявляется в действиях, способах и методах осуществления инновационной деятельности от разработки инновационной идеи до ее внедрения на практике [3].

В. П. Делия отмечает, что основными признаками инновационного мышления личности являются:

- неразрывная связь с деятельностью;
- направленность на создание объективно нового (ноумена);
- возможность на основе созданного ноумена решать практические проблемы;
- социальная позитивность мышления [4].

При этом наличие инновационного мышления у сотрудников компании не принесет пользу компании, если оно не будет реализовываться и актуализироваться в практической деятельности. Сотрудник может обладать инновационным мышлением, но не проявлять инновационное поведение.

В каких случаях это возможно?

1. В том случае, когда в компании **нет инновационной культуры или культуры трансляции инновационного поведения**. Нужно признать, что мысль о том, что во всех компаниях нужны инноваторы – иллюзия. Зачастую проявление инновационного поведения является в рамках определенной

компания девиантным, отличающимся от нормы, о чем может говорить непринятие новатора со стороны коллег или руководителей. Х. И. Абдурахмонов отмечает, что человек с культурой инновационного мышления может столкнуться со многими препятствиями в своей жизни; предлагаемое нововведение может совершать действия, несовместимые с социально принятыми нормами и правилами, продвигать неправильно понятые взгляды в соответствии с традиционно сформированными материальными и духовными ценностями. Такой сложный процесс требует сильных знаний и твердой жизненной позиции от владельца инновационного мышления [5].

Наличие в организации инновационного коллективного мышления является важным аспектом проявления инновационного поведения. Новатор будет обладать ограниченными возможностями новаторства, если не будет возможности обсуждать и заражаться идеями коллег. Диффузия новаций – важная черта инновационных компаний. Особую роль играет инновационная эко-среда, стимулирующая инновационные подходы к решению задач и потребность в самоактуализации и саморазвитии, в проявлении креативности в процессе решения задач.

2. В том случае, когда в организации **директивный организационный порядок**, включающий авторитарный стиль управления, ограничивающий творческую свободу и каждое проявление новаторства завершается игнорированием идей или превращается в «перекладывание ответственности». Единоначалие, строгая иерархия, превалирование процессов и процедур над гибкостью и адаптивностью – факторы, замораживающие новации и новаторскую деятельность. Данные артефакты формируют и определенную среду и определенные корпоративные коммуникации, свойственные для данного организационного порядка. Формирование инновационного пространства, инновационной среды для зарождения и развития новаторского подхода – важный фактор развития новаций, в рамках которого руководители всех уровней стимулируют проявление новаторского подхода. Е. В. Кобзева и соавт. отмечают важность замены традиционного администрирования реализацией стилей руководства, которые предполагают соучастие, признание личных заслуг конкретных специалистов, гласность результатов деятельности, предоставление информации для самооценки [6].

3. В том случае, когда сотрудник **не идентифицирует себя с организацией и степень его лояльности низка**. В данном случае, обладая инновационным потенциалом, который может быть реализован на пользу компании, сотрудник не раскрывает его, сохраняя свои знания и энергию для других проектов. Цели и ценности сотрудника должны быть тождественны целям и ценностям организации для максимального вовлечения и максимальной включенности сотрудника в инновационные процессы.

4. В том случае, когда в компании **не сформирована культура взаимодействия**, важная для формирования новаций, **командная работа отсутствует**. М. А. Барсук, А. А. Лютина отмечают, что культура инновационной деятельности формируется благодаря развитию коллективного чувства цели, раскрытию творческих способностей сотрудников организации и обучению их тому, как распознавать нестандартные возможности [7, с. 42]. Инновационный потенциал сотрудника никогда не достигнет максимальной реализации если в компании не формируется и не развивается инновационный потенциал групп и команд, при котором создаются и реализуются новые нестандартные решения. Н. М. Жаворонкова отмечает, что инновации – командная игра, а не индивидуальный забег гениальных одиночек. Критически важной основой для осознанных, систематических и комплексных инновационных инициатив является формирование сообщества инноваторов. Кроме информационного обмена важную роль в инновационном процессе играют скрытые знания участников инновационного сообщества, неразрывно связанные с их индивидуальным опытом [8]. Именно латентные, скрытые знания, раскрывающиеся в ходе обсуждения и генерации идей, создают нереализованный потенциал компании, который может быть превращен в солидную прибыль и создание максимальной ценности для развития социума. Командный дух, эмпатия, открытые коммуникации, позитивное межличностное общение, доверие и уважение – создают почву для инновационных открытий.

5. В том случае, когда **у сотрудника не сформированы инновационные навыки** и он просто не обладает мыслительной гибкостью, приводящей к формированию новых мыслительных концепций. Компетентностный блок, необходимый для инновационной деятельности представляет собой совокупность глубоких узкоспециализированных, широких межфункциональных знаний, умений и навыков в

соединении с личностными компетенциями, необходимыми для новаторской работы. Сотрудник, ориентированный на инновационную деятельность, обладает жадой новых знаний, использует многочисленные каналы их пополнения, умением извлекать информацию, используя разные каналы. Критичность мышления и умение строить новые умозаключения и гипотезы являются неотъемлемой чертой новаторов. При этом стоит отметить что формирование инновационных компетенций происходит в рамках длительного периода времени и может быть возможным для формирования и развития только в практической деятельности. Невозможно научить создавать новации в теории. Возможно научиться применению новых инструментов и методов, применяемых в инновационной деятельности и стимулирующих новаторскую деятельность – однако без их апробации и вывода на уровень сформированных умений - они не будут использоваться. Применение различных инструментов должно быть доведено до автоматизма, что позволит «достать» нужный инструмент из подсознания в нужный момент времени и применить его на практике. В. П. Делия указывает на неразрывное единство внутренних мыслительных процессов и внешней предметной деятельности при исследовании феномена инновационного мышления. Он выделяет два диалектически взаимосвязанных этапа деятельности, происходящих в самом инновационном мышлении инноватора: когнитивный и инструментальный. Когнитивный этап исследователь характеризует как движение мысли в создании и познании смысла нового знания в виде внутренней рефлексии. Второй этап, инструментальный, состоит в процессе объективации и реализации нового знания в практической деятельности [9, С.18].

Д. М. Шакирова в своем исследовании приводит результаты исследования «Будущие рабочие навыки 2020» (Future Work Skills 2020), в рамках которого выделены 10 компетенций будущего, которые могут быть применены и при обсуждении навыков, необходимых новаторам, среди которых:

1) Способность обрабатывать большие объемы данных, выделять главное и делать выводы, уметь принимать решение, когда нет никаких данных и информации. *Состояние неопределенности, когда новатор ищет новые пути решения задачи, генерируя новые мыслительные концепции, представляет собой естественную среду для новаторской деятельности. Без этого умения невозможно новаторство.*

2) Способность критически оценивать информацию, умение использовать новые медиавозможности для коммуникации. *Сбор и накопление максимально необходимого объема данных для формирования базиса новаторской концепции, который может быть невостребованным в данный промежуток времени, но может быть востребованным в будущем периоде - фактор, обуславливающий инновационное поведение будущего периода.*

3) Умение представлять и разрабатывать проекты с заданными результатами. Умение распознавать типы мышления, которые необходимы для решения разных задач и создания соответствующей окружающей среды. *Особенность новаторского мышления состоит в том, что в ходе инновационной деятельности и проявления инновационного поведения новатор использует разные виды мышления (критическое, аналитическое, системное, креативное (творческое) и пр.)*

4) Умение управлять информацией (анализировать и отбирать информацию), используя для этого все возможные технические и технологические средства, а также уметь разрабатывать собственные техники работы с информацией. *В ходе проявления инновационного поведения новатор использует разные методы, инструменты, технологии, применяя рациональный и иррациональный подходы к выполнению задач.*

5) Умение создавать уникальные идеи, делать выводы, критически необходимые для принятия оптимальных решений. *Творческая свобода и готовность к риску в формировании концепций и реализации идей – неотъемлемая черта трудового поведения новатора.*

6) Наличие развитого социального и эмоционального интеллекта для эффективных коммуникаций. *Эффективное построение коммуникаций, которые повлекут за собой генерацию идей и рождение новой концепции возможно только в «зрелых» коммуникациях. Формирование «зрелых» коммуникаций происходит за счет индивидуальной работы членов команды и грамотного управленческого процесса.*

7) Умение мыслить нетрадиционно, гибко. *Рамочное, тоннельное мышление и его стимулирование (а оно является удобным для построения жесткой, четко функционирующей под присталь-*

ным взглядом руководителя системы управления) - жесточайший ограничитель реализации инновационного потенциала персонала. Свобода мысли и возможность высказывания своей точки зрения при формировании концепций и гипотез приводят к удивительным результатам в инновационной деятельности.

8) Наличие высокого уровня межкультурных компетенций (умение работать в команде людей разных возрастов, культур, разных специализаций, с разным стилем работы и мышления). Колорит разных подходов и мнений позволяет формировать новые концепции. Кросс-функциональное взаимодействие – фактор, раскрывающий новые возможности в генерации новых идей и взглядов «под другим углом».

9) Умение работать в виртуальных командах, выстраивать рабочие процессы, вовлекать и мотивировать людей на расстоянии на продуктивную деятельность. Ликвидация границ в восприятии возможностей сформирует более широкий взгляд на предмет исследования.

10) Способность интегрировать междисциплинарные знания, умения и компетенции в процессе образовательной и профессиональной деятельности [10]. Расширение знаниевого поля и поиск новых концепций на стыке разных специализаций – формирует источник для поиска новых идей.

6. В том случае, когда **инновационная деятельность не стимулируется**. Материальное стимулирование является одной из важных составляющих процесса вознаграждения новатора, однако базовые мотивирующие факторы у новаторов иные: развитие, самореализация, самоактуализация, возможность создать что-то новое, ранее неизвестное, возможно исполнить что-то, что кажется человеку проявлением миссии – ради чего важно и нужно создавать новацию. У сотрудников, обладающих новаторскими способностями, как правило, выражена внутренняя мотивация на «создание новшества». Рациональная мыслительная деятельность поддерживается эмоциональным откликом, что крайне выражено в состоянии успеха инновационной деятельности. Нестандартные решения должны поощряться, допуская, что в них кроется и вероятность ошибки и риск неуспешности. Не каждая идея будет успешной, и компании должны быть готовы к этому. Кадровый состав не должен беспокоиться о том, что скажут руководители в случае неудачной реализации идеи [11, р. 526]. Личные цели и интересы сотрудника играют серьезную роль в проявлении инновационной индивидуальной и групповой активности. Умение работать с внутренними мотивами и создавать среду, в которой эти мотивы будут реализовываться – необходимая компетенция управляющего инновационными процессами.

7. В том случае, если в компании **нет постоянной инновационной активности**. Новаторские способности склонны к увяданию, если нет атмосферы постоянного драйва. В большинстве случаев новатор покинет компанию из-за отсутствия интереса работы в ней. В меньшинстве случаев он потеряет интерес к проявлению инициативы, волеется в систему и его мышление будет превращаться в «закостенелую» массу.

8. В том случае, если **не созданы условия для инновационной деятельности**. При этом может даже присутствовать интерес руководства в инновационной деятельности, однако условия для такой деятельности руководителями не создаются. Поиск новаций, которые реально могут быть реализованы в компании – затратный процесс. Время, деньги, энергия – эти и многие другие ресурсы важно найти, если руководители компании заинтересованы в создании новаций.

С какими основными сложностями можно столкнуться в ситуации, когда необходимо проявление инновационного поведения?

1. Сотрудники могут быть не способны к инновационной деятельности.
2. Сотрудники могут быть не готовы к инновационной деятельности
3. Сотрудники могут не иметь внутренней мотивации на проявление инновационного поведения

ния

Что необходимо для того, чтобы нейтрализовать подобные ситуации?

Выделяя уровни проявления инновационного поведения, стоит отметить, что чаще всего оно будет носить активный характер. Нельзя заставить человека инновировать. Важной особенностью инновационного поведения сотрудника инновационно-ориентированной организации является проактивный подход к поиску новых концепций и гипотез и формирование новых умозаключений.

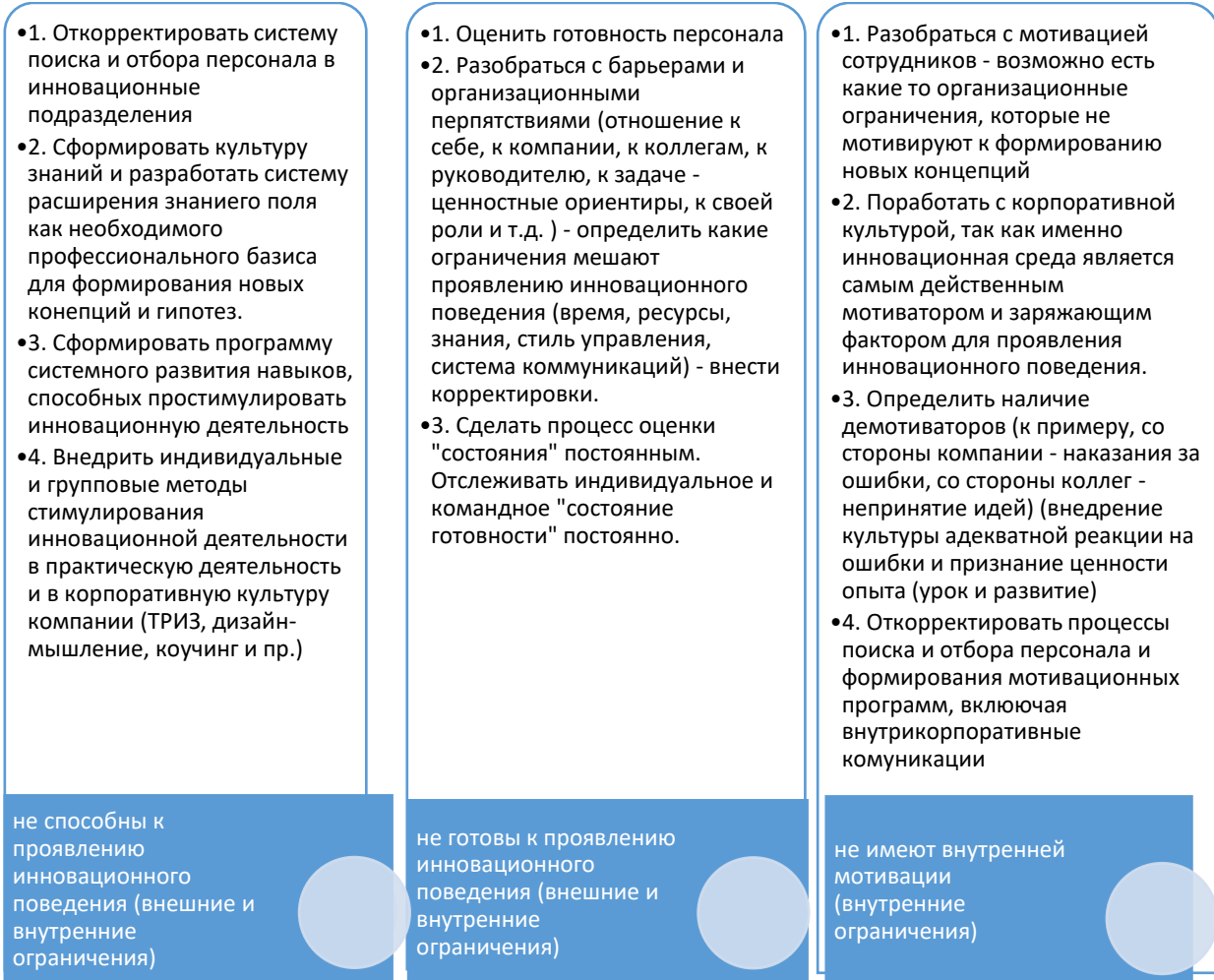


Рис. 2. Направления корректировки в ситуациях, когда сотрудники не готовы, не способны к инновационной деятельности и не имеют внутренней мотивации

Таким образом, инновационное поведение проявляется в инновационных действиях, поступках. Для его проявления необходима способность и готовность к новациям, а также наличие внутренней мотивации. Инновационным может считаться поведение, проявляемое в относительно продолжительный период времени.

Список источников

1. Салимьянова И.Г., Дячук Е.А. Инновации в менеджменте / В сб.: Современный менеджмент: проблемы и перспективы. Сборник статей: в двух частях. - 2016. - С. 235-238.
2. Соколова А.П., Касьянов В.В. Инновационное развитие и инновационное мышления // Вестник Академии знаний. - 2021. - № 42 (1). - С. 245-250.
3. Аверина Т.Н. Феномен инновационной культуры педагога // Проблемы современного педагогического образования. - 2018. - № 61-2. - С. 4-6.
4. Делия В.П. Инновационное мышление в XXI веке[Текст]: монография / Делия В. П. ; Инт социально-экономического прогнозирования и моделирования. - Балашиха : Де-По, 2011. – 227 с.
5. Абдурахмонов Х.И. Развитие общества и инновационное мышление // В сб.: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XXXIII Международной научно-практической конференции. - 2020. - С. 100-102.

6. Кобзева Е. В., Третьяк В. В. , Еременко С. В. Профессиональный рост персонала в условиях инновационного развития предприятия // В сб.: Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. - 2019. - С. 288-293.
7. Барсук М.А., Лютина А.А. Персонал как важнейший ресурс организации // *Juvenis scientia*. - 2016. - № 5. - С. 41–43.
8. Жаворонкова Н.М. Управление инновациями: кого, как и чему учить? В сб.: Качество открытого дистанционного образования: концепции, проблемы, решения (DEQ-2017). Молодежь и наука. Материалы XIX международной научно-практической конференции и научно-практической конференции студентов. - 2018. - С. 73-76.
9. Делия В.П. Инновационное мышление в XXI веке[Текст]: монография / Делия В. П. ; Ин-т социально-экономического прогнозирования и моделирования. - Балашиха : Де-По, 2011. – 227 с.
10. Шакирова Д.М. Многомерное мышление – основа развития инновационного потенциала личности // *Инновации в образовании*. - 2019. - № 5. - С. 120-138.
11. Sustainable Corporate Entrepreneurship: Performance and Strategies Toward Innovation / A.K. Bräuer-Provasnek, E. Schmid, B. Geissler, G. Steiner // *Business Strategy and the Environment*. 2016. Vol. 26, iss. 4. P. 521–535. <https://doi.org/10.1002/bse.1934>.

© С.В. Сокерина, 2023

УДК 338.2

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ДУНЕНКОВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА,
ОНИЩЕНКО СВЕТЛАНА ИВАНОВНА

к.э.н., доценты, доценты
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Аннотация: в современных экономических и геополитических условиях жизненно важным для России является обеспечение технологической независимости, опережающего инновационного роста, достижения лидирующих позиций на глобальных рынках. Разрабатываемые правительством новые экономическая и инновационная политики не только должны учитывать изменения политических реалий, но и быть обусловлены экономическими законами и закономерностями. Инновационная деятельность представляется в этих условиях ключевым фактором роста экономики и достижения национального суверенитета.

Ключевые слова: технологический суверенитет, инновационная деятельность, исследования и разработки, промышленное производство, инфраструктура инновационной деятельности

INNOVATIVE ACTIVITIES AS A BASIS FOR PROVIDING THE TECHNOLOGICAL SOVEREIGNTY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Dunenkova Elena Nikolaevna,
Onishchenko Svetlana Ivanovna

Abstract: In today's economic and geopolitical conditions, it is vital for Russia to ensure technological independence, advanced innovative growth, and achieve a leading position in global markets. The new economic and innovation policies being developed by the government should not only take into account changes in political realities, but also be conditioned by economic laws and regularities. In these conditions, innovation activity appears to be a key factor in economic growth and the achievement of national sovereignty.

Key words: technological sovereignty, innovation, research and development, industrial production, innovation infrastructure

Ключевой задачей современного развития Российской Федерации является достижение технологического суверенитета, который заключается в «обеспечении опережающего научно-технологического и инновационного роста и формировании конкурентного преимущества на национальном, отраслевом и корпоративном уровнях» [1].

Процесс обеспечения национального суверенитета требует активного развития технологий, прежде всего критических, в отраслях экономики. Инновационные технологии позволяют создать задел для будущего научно-технологического и производственного роста, обеспечивая импортозамещение, технологическую самостоятельность и получение лидирующих конкурентных позиций относительно своих партнеров. Россия в течение всех последних лет демонстрировала устойчивую тенденцию роста числа разработанных передовых производственных технологий (рис. 1).

В феврале 2023 года Минэкономразвития была разработана таксономия проектов, определяющая наиболее важные для обеспечения технологического суверенитета РФ. По сути, таксономия становится основным инструментом стимулирующего характера, направленным на ускоренное выполнения поставленных задач по достижению технологической независимости.

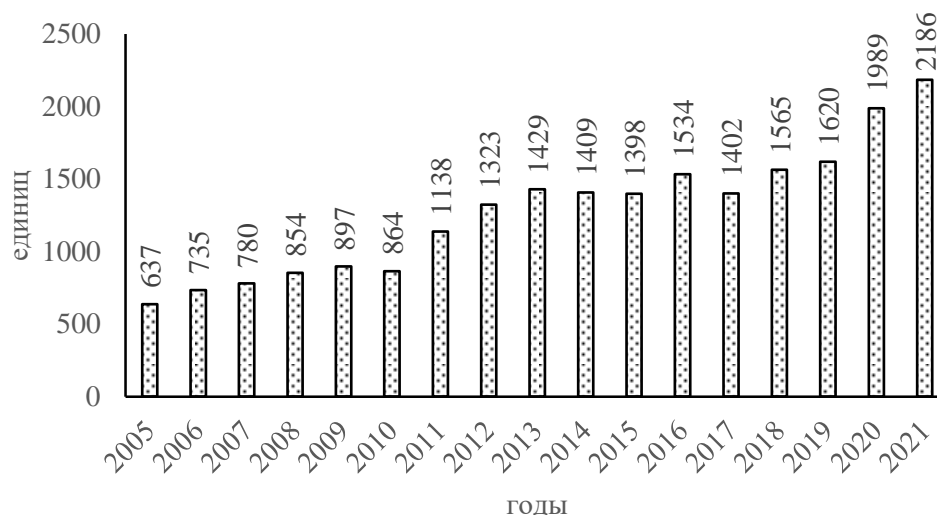


Рис. 1. Динамика разработки передовых производственных технологий Российской Федерации
Источник: составлено авторами на основе [2]

Проекты, отвечающие требованиям таксономии, должны формировать конкурентоспособные производства на базе инноваций, свести к нулевой отметке зависимость отечественной экономики от импорта, прежде всего, продукции промышленного назначения, обеспечить экспорт российской продукции в дружественные страны на долгосрочной основе. В соответствии с данными требованиями выделены две группы проектов. В первую группу приоритетных проектов входят проекты, обеспечивающие технологический суверенитет и охватывающие производство продукции тринадцати ключевых отраслей: автомобилестроения, которое в связи с проводимой США и Евросоюзом санкционной политикой оказалось в достаточно сложной ситуации, поскольку является одной из тех отраслей, на которую оказали значительное влияние процессы глобализации, обусловившие зависимость не только собственно производства, но и потребления его продукции от зарубежных партнеров; отраслей машиностроения, включая тяжелое, специализированное, железнодорожное, нефтегазовое, сельскохозяйственное машиностроение, продукция которых ранее характеризовалась не только большой долей импорта, но и широкой кооперацией с зарубежными производителями, а также судостроения, электронной и электротехнической, энергетической, авиационной, станкоинструментальной, химической промышленности. Реализация проектов медицинской и фармацевтической промышленности, входящих в данную группу, является необходимым условием достижения целей национального проекта «Здравоохранение». Проекты структурной адаптации, составляющие вторую группу таксономии, ставят целью создание или совершенствование инфраструктуры, которая обеспечит предоставление услуг, переориентацию поставок российской продукции дружественным странам, сокращение зависимости от зарубежных поставщиков сырья, материалов, комплектующих, оборудования, услуг, что станет толчком к развитию существующих и созданию новых отраслей экономики России.

Существенным моментом для достижения технологического суверенитета является особое свойство инноваций — они локализованы и привязаны к определенной территории, и инновационное развитие по сути означает формирование и укрепление инновационного потенциала регионов. За исключением Дальневосточного Федерального округа, все укрупненные регионы России показывают возрастающую активность инновационной деятельности, что иллюстрирует рисунок 2.

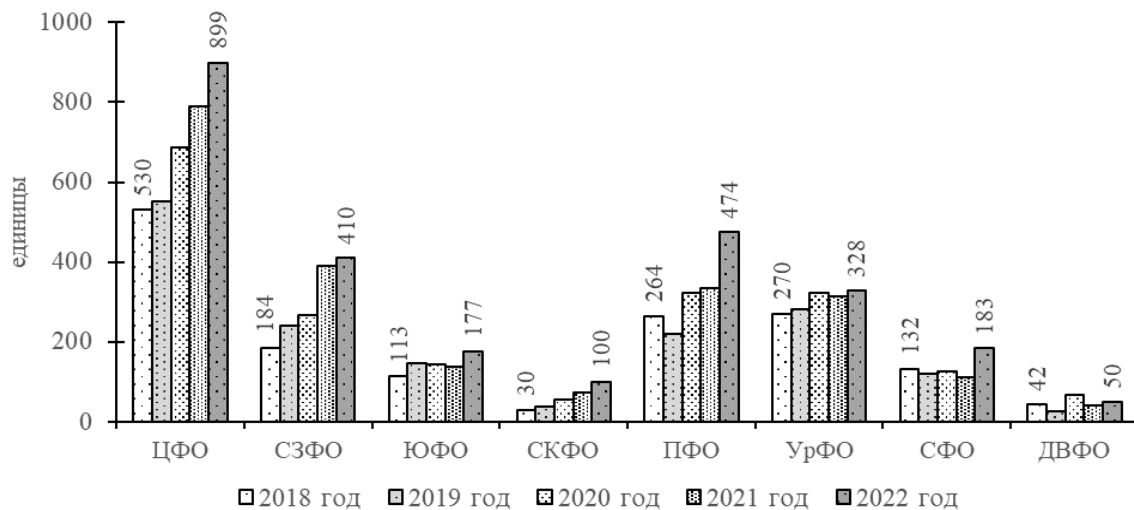


Рис. 2. Динамика разработки передовых производственных технологий по субъектам Российской Федерации

Источник: составлено авторами на основе [3]

Динамика инновационного развития регионов во многом определяется инновационной политикой, но одновременно находится под воздействием экономических законов и технологических закономерностей.

Одной из таких закономерностей является концепция длинных волн Н.Д. Кондратьева. Несмотря на эмпирический характер исследования Н.Д. Кондратьева и отсутствие полной теоретической модели, само существование трех взаимосвязанных видов циклов и связанных с ними «эмпирических правильностей» сомнению не подвергается.

Волнообразующим фактором являются инновации. Н.Д. Кондратьев отмечал, что «направление и интенсивность научно-технических открытий и изобретений является функцией запросов практической действительности и предшествующего развития науки и техники» [4, с. 210].

Направление волны оказывает существенное влияние на средние и короткие циклы: подъем длинной волны способствует более долгому росту, а спад — частоте и глубине кризиса, при этом подъемы средних и коротких циклов слабые, а кризисы — глубокие. Английский экономист Уэсли Митчелл соотнес продолжительность периодов роста и депрессии в США и показал, что при повышательной волне эти периоды составляют 2,7 : 1, а на понижательной — 0,85 : 1 [6, с. 304]. Выход из кризиса длинной волны (переход на новый технологический уклад) требует изменения структуры отраслей, модернизации производственных мощностей, внедрения новых методов производства и реиндустриализации.

На рис. 3 показана динамика объемов ВВП за период, соответствующий практически половине длинного цикла, его понижающей волны. Здесь отчетливо просматривается цикличность (средние и короткие циклы), снижение высоты подъемов, начало нового цикла с ожидаемо более высокой динамикой. Последний «провал» на графике объясняется резким усилением санкционного давления, разрывом большого количества сделок, трансформацией цепочек ценности. Однако в 2022-2023 г. в России наблюдается резкое сокращение уровня безработицы (3,6% — минимальное значение за период с 1991 г. [6]). Рост занятости — признак фазы восстановления экономики [7].

Еще одним аспектом инновационной деятельности является прямая зависимость инновационной и инвестиционной активности. В абсолютном выражении затраты отечественных организаций на исследования и разработки растут от года к году (рис. 4), однако темпы прироста затрат на инновационную деятельность невелики (рис. 5). Тем не менее, можно говорить о положительной тенденции активизации инновационной деятельности, которая будет усиливаться с учетом воздействия стимулирующих мер правительства.

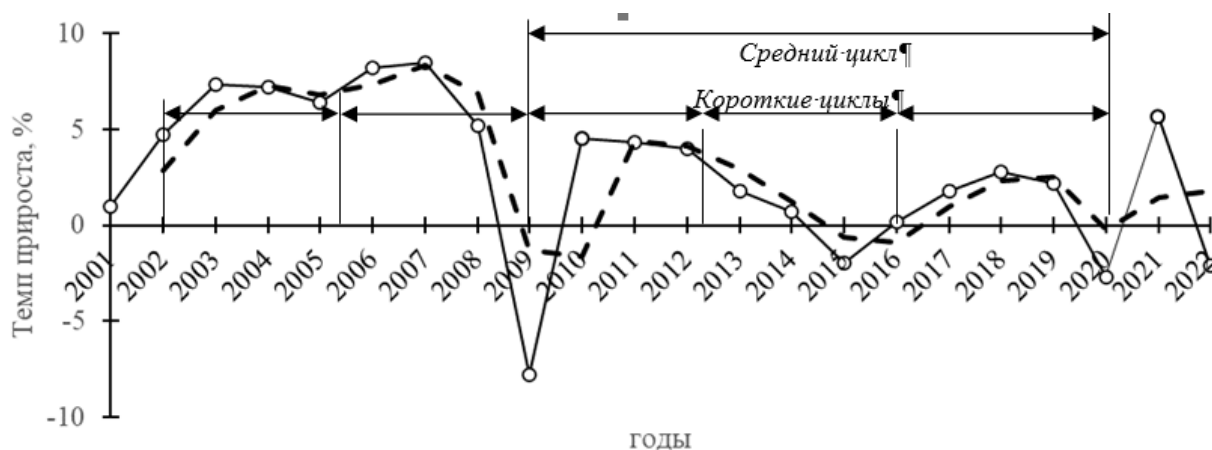


Рис. 3. Динамика объема ВВП

Источник: составлено авторами на основе [8]

Движущей силой современной экономики являются инновации. Интеллектуальная собственность в современных условиях выступает в качестве дорогостоящего ресурса, позволяющего коммерциализовать знания в продукты, технологии, обеспечивать конкурентные позиции на рынке, технологическое лидерство, следовательно, является неотъемлемой составляющей обеспечения технологического суверенитета страны. Интеллектуальная собственность не только дает компаниям конкурентные преимущества, но является базой, необходимым условием для разработки долгосрочных планов, стратегии развития.

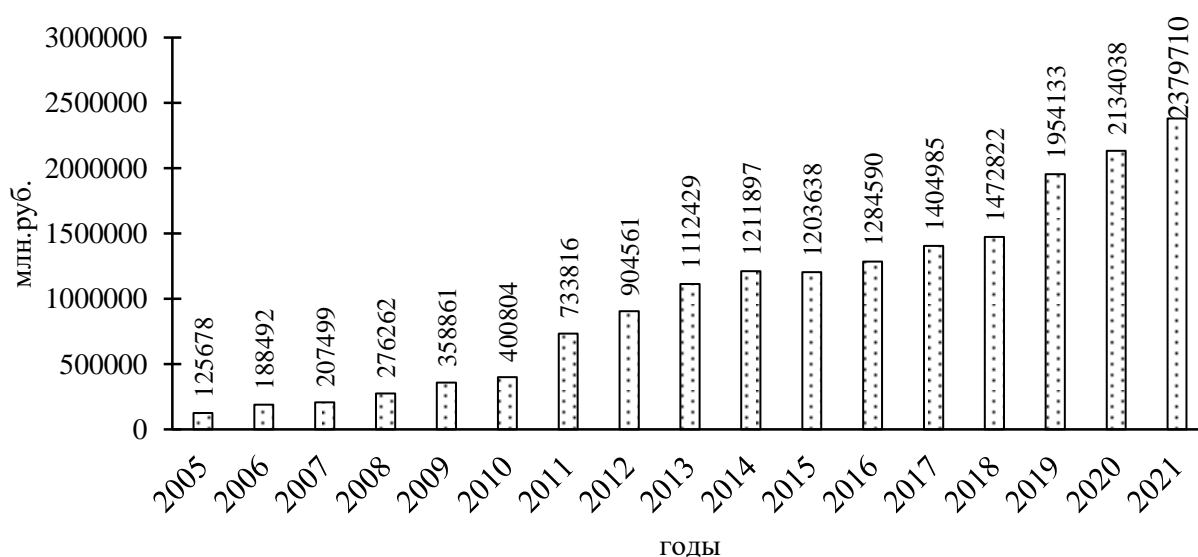


Рис. 4. Затраты на инновационную деятельность организаций

Источник: составлено авторами на основе [9]

Значимой характеристикой инновационной деятельности и показателем производительности производственных факторов является количество патентов. Джейкоб Шмуклер в начале 1950-х гг. предположил, что рост производства в крупных капиталоемких отраслях в большой степени обусловлен ростом числа патентов с лагом в три года. По результатам своих исследований он подтвердил тесную корреляционную зависимость (0,9) между этими факторами.

В современных условиях управление инновационной деятельностью организации, максимальное использование имеющегося инновационного потенциала невозможно без юридического оформления прав на интеллектуальную собственность посредством патентования. Наличие патентов позволяет

сформировать длительные партнерские отношения с другими участниками рынка, снизить риски незаконного использования технологий, максимизировать доходы от использования новшества за счет сдерживания конкурентов. Наличие патентов свидетельствует о высоком уровне компетентности, сильном инновационном потенциале, жизнеспособности, организации, следовательно, значительно повышает ее инвестиционную привлекательность. При осуществлении экспорта высокотехнологичной инновационной продукции вопросы патентной защиты становятся первоочередными. Обеспечение технологического суверенитета предполагает не только занятие лидирующих позиций в мировой экономике, но и предотвращение возможного незаконного копирования и использования результатов интеллектуальной деятельности зарубежными конкурентами. Динамика количества выданных патентов представлена на рис. 6.

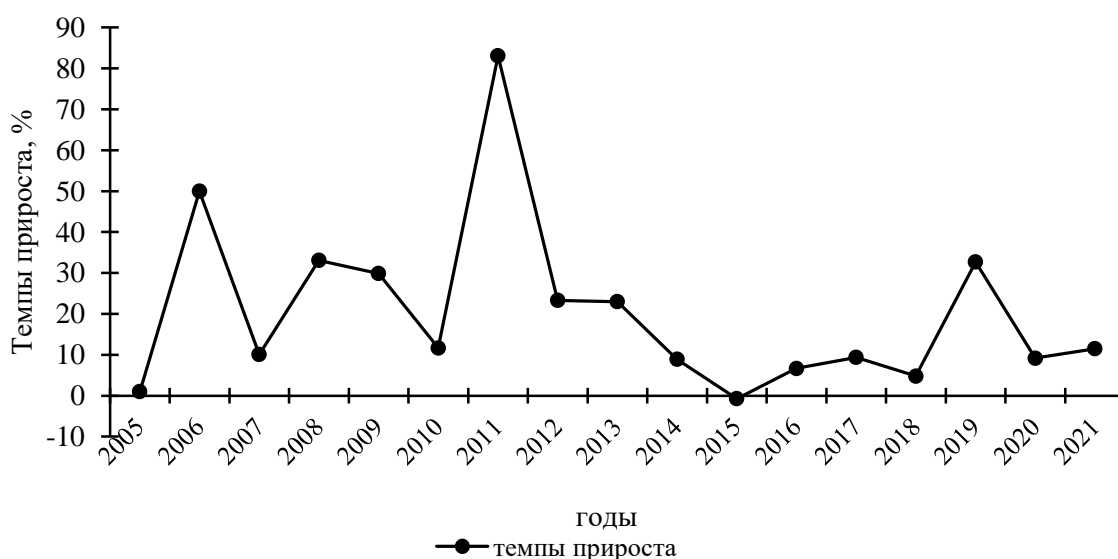


Рис. 5. Динамика затрат организаций на инновационную деятельность

Источник: составлено авторами на основе [10]

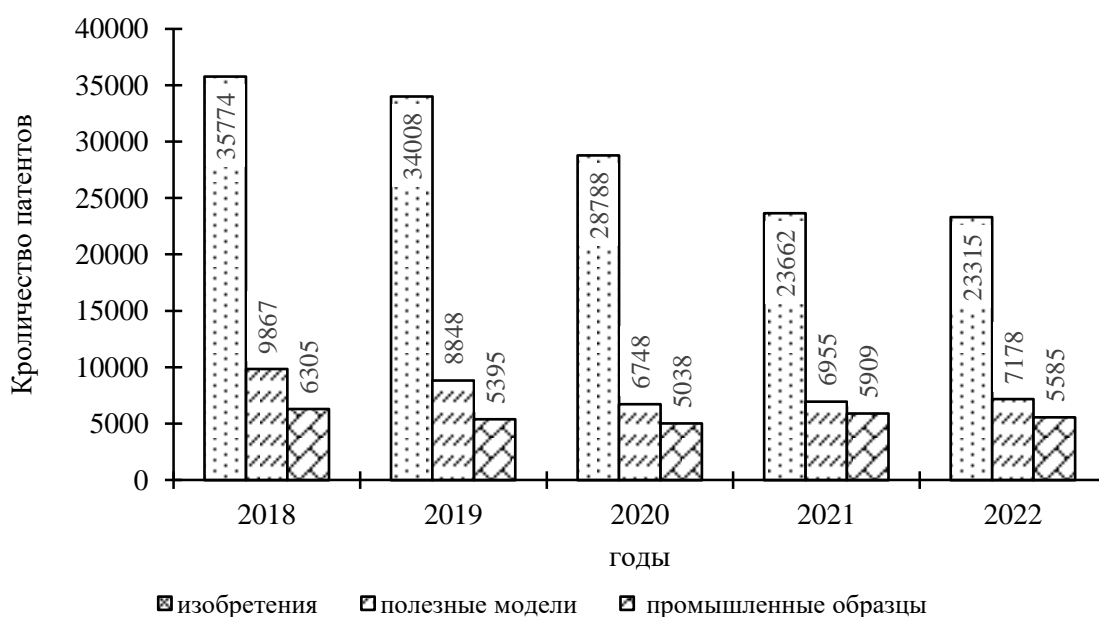


Рис. 6. Количество выданных патентов в Российской Федерации

Источник: составлено авторами на основе [11]

Наблюдается тенденция ежегодного снижения количества выданных патентов всех видов. В 2022 году количество выданных патентов на изобретения почти на треть меньше по сравнению с 2018 годом. Вместе с тем данную ситуацию нельзя рассматривать как негативную, поскольку она во многом обусловлена, во-первых, снижением активности иностранных заявителей (в 2022 году по сравнению с 2021 почти на 30%), а во-вторых, изменением организациями своих стратегий патентования, т.к. жизненный цикл технологий, продуктов и услуг резко сокращается в последние годы.

В настоящее время наблюдается тенденция снижения коэффициента технологической зависимости (отношение количества иностранных к количеству отечественных патентных заявок на изобретения). И такая тенденция в перспективе сохранится.

Наличие результатов собственных исследований и разработок является основой для последующего (с определенным временным лагом) освоения этих технологий и роста промышленного производства, не зависящего от поставок недружественных стран. На рис. 7 показано, что подавляющее большинство организаций (около 80%) внедряют технологические инновации.

Ожидаемое восстановление и рост экономики и обеспечение технологического суверенитета требуют дополнительных системных мер в рамках инновационной политики, и прежде всего создания условий для активизации инновационной деятельности. Ключевую роль в этом играет развитие инфраструктуры инновационной деятельности и всех ее составляющих.

Осуществляется активное стимулирование и поддержка стартапов, вводятся дополнительные меры по формированию кредитного портфеля для проектов технологического суверенитета с механизмом таксономии рисков для банков.

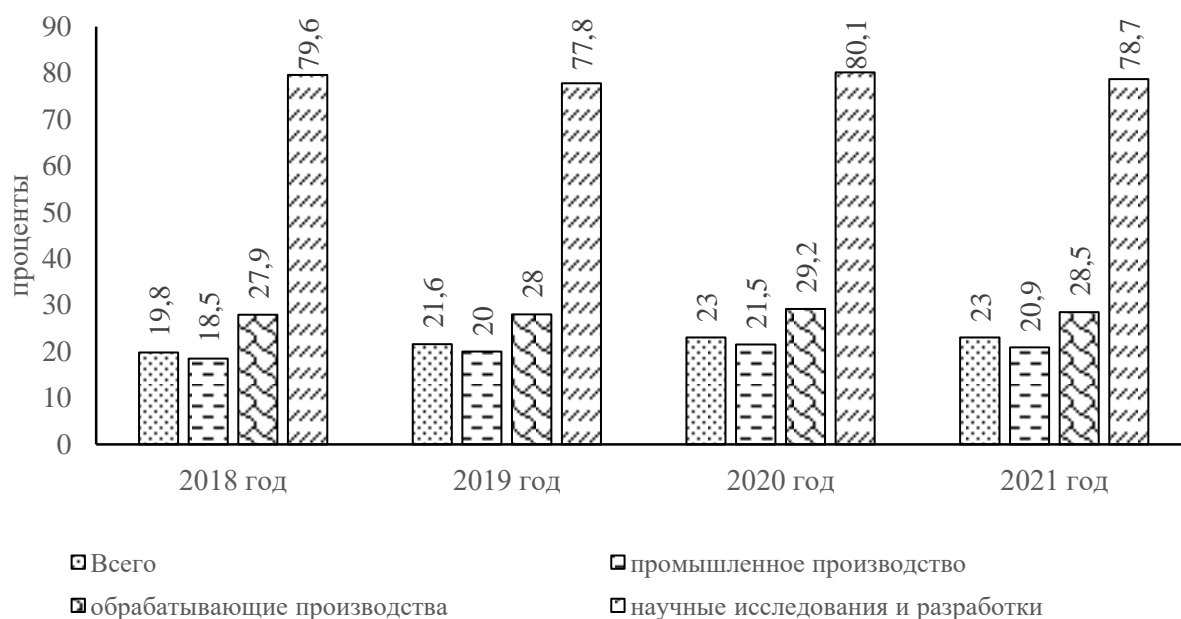


Рис. 7. Доля организаций, осуществляющих технологические инновации

Источник: составлено авторами на основе [12]

Решения по поддержке инновационной деятельности носят очевидный стратегический и опережающий характер. С учетом необходимости развития отраслей нового технологического уклада формируется спрос на квалифицированных специалистов инженерных направлений. Существенно выросла доля специалистов по STEAM-направлениям — уже в 2022 г. выпуск таких специалистов составил более 25% в общем количестве выпускников [13]. На базе образовательных организаций создаются федеральные инновационные площадки (ФИП) — в 2023 г. будет работать 47 ФИП в 26 регионах [14].

Таким образом, переход от глобализации к технологическому суверенитету представляется стратегически необходимым и объективно обусловленным как геополитическими, так и макроэкономическими факторами.

Список источников

1. Чулок А. НИС 2.0 для технологического суверенитета // Стимул. — 18.01.2023. URL: <https://stimul.online/articles/sreda/nis-2-0-dlya-tekhnologicheskogo-suvereniteta/?ysclid=lhkj9zjagb875058822>
2. Динамика разработки передовых производственных технологий Российской Федерации / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
3. Динамика разработки передовых производственных технологий по субъектам Российской Федерации / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
4. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры. Доклады и их обсуждение в Институте экономики. — М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.
5. Лукашев В.И. Теория инноваций. Часть 1. Введение в теорию инноваций. Курс лекций. - М.: МИИТ, 2007. -209 с.
6. Уровень безработицы в январе обновил исторический минимум / 2.03.2023. — URL: https://xn--90aivcdt6dxbc.xn--p1ai/articles/news/uroven_bezrabotitsy_v_yanvare_obnovil_istoricheskiy_minimum/#:~:text=Уровень%20безработцы%20в%20России%20в,%25%
7. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход (1951) URL: <http://eklit.narod.ru/neok201.htm>
8. Динамика объема ВВП / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
9. Затраты на инновационную деятельность организаций / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
10. Динамика затрат на инновационную деятельность организаций / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
11. Роспатент в цифрах и фактах. Годовой отчет '22. URL: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2022-ru.pdf>
12. Доля организаций, осуществляющих технологические инновации / Росстат — Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
13. Эксперты АИРП провели исследование подготовки кадров для новой экономики России за 5 лет. URL: <https://i-regions.org/press-sluzhba/novosti/eksperty-airr-proveli-issledovanie-podgotovki-kadrov-dlya-novoy-ekonomiki-rossii-za-5-let/>
14. Минпросвещения России утвердило перечень федеральных инновационных площадок на 2023 год / 03.03.2023. — URL: <https://edu.gov.ru/press/6401/minprosvescheniya-rossii-utverdilo-perechen-federalnyh-innovacionnyh-ploschadok-na-2023-god/>

© Е.Н. Дуненкова, С.И. Онищенко, 2023

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 343.01

ЯНТАРЬ И ИНЫЕ ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ КАК ПРЕДМЕТЫ ПРЕСТУПЛЕНИЯ

НАУМОВ ВЯЧЕСЛАВ ВИКТОРОВИЧкандидат юридических наук, доцент
Московский университет МВД России им. В.Я. Кикотя

Аннотация: в статье анализируется предмет преступления, предусмотренного ч. 2, 3 ст. 255 УК России. Автором обосновывается целесообразность исключения преступных деяний, предусмотренных частями 2 и 3 статьи 255 УК РФ из главы 26, и включение их в главу 22 УК России.

Ключевые слова: предмет преступления, самовольная добыча янтаря и нефрита, полудрагоценные камни, ст. 255 УК РФ.

AMBER AND OTHER SEMI PRECIOUS STONES AS OBJECTS OF CRIME

Naumov Vyacheslav Viktorovich

Annotation: The article analyzes the subject of the crime under Parts 2, 3 of Art. 255 of the Criminal Code of Russia. The author substantiates the expediency of excluding the criminal acts provided for by parts 2 and 3 of Article 255 of the Criminal Code of the Russian Federation from Chapter 26, and including them in Chapter 22 of the Criminal Code of Russia.

Key words: the subject of the crime, unauthorized extraction of amber and jade, semi-precious stones, art. 255 of the Criminal Code of the Russian Federation.

Хрестоматийным является факт того, что конкретное преступление оказывает воздействие на определенную часть общественных отношений. В результате такого воздействия эти отношения могут подвергаться деформации, разрушению или даже перестать существовать вовсе. Кроме того, существуют и предметы материального мира, обладающие определенными качественными и количественными признаками, на которые воздействуют преступные посягательства. В случае указания на них законодателем они составляют такой признак как предмет преступления. Согласно мнению большинства ученых, преступное посягательство непосредственно воздействует на предмет преступления - определенную часть материального мира [1, с. 82-83]. Это воздействие не обязательно приводит к изменению самого предмета, но может проявляться в изменении его экономического или хозяйственного статуса, физических или видовых свойств и т.д.

В рамках данного исследования нас интересуют такие предметы преступлений как полудрагоценные камни (включая янтарь, нефрит и другие).

С точки зрения правоприменительной практики интерес представляет такой «...критерий разграничения предмета преступлений против собственности и предмета экологических преступлений...» как «...меновая стоимость имущества, созданная общественно необходимым трудом и образующая цену товара» [2].

Так, приговором Вельского районного суда Архангельской области от 28 ноября 2019 года по уголовному делу № 1-17/2019 Ш.Н.ВА. признан виновным в совершении в период с 03.02.2014 по 31.12.2015 гг. хищения лесных насаждений, произрастающих в Вельском районе на землях сельскохозяйственного назначения, переданных в аренду ОАО «Агрофирма Вельская» для ведения сельскохозяйственной деятельности, на общую сумму 11 308 876 руб. 56 коп. и осужден по п. «б» ч. 4 ст. 158 УК

России. Апелляционным определением судебной коллегии по уголовным делам Архангельского областного суда от 20 февраля 2020 года приговор в части признания Ш.Н.ВА. виновным в совершении преступления, предусмотренного п. «б» ч. 4 ст. 158 УК России, оставлен без изменения. Третий кассационный суд указывает на то обстоятельство, что «... произрастающие самостоятельно лесные насаждения обладают всеми свойствами природного объекта и не являются предметом хищения. ... Приложение человеческого труда является необходимым фактором для перехода предметов материального мира из категории природного богатства в категорию созданных человеческим трудом товарно-материальных ценностей. Природные объекты, не созданные трудом человека, не могут являться предметом хищения. Изъятие предметов, в которые вкладывается труд, образует хищение имущества, если труд является элементом производства товаров» [2]. Судом не был учтен факт, изложенный в описательно-мотивировочной части обвинительного приговора, о том, что Ш.Н.ВА. завладел 197 067,57 кубическими метрами ликвидной древесины, оставшейся после вырубki лесных насаждений, путем осуществления преступной деятельности. Суд не учел, что получение древесины как сырья (сырьевого товара) возможно только при использовании труда. Кроме того, суд не сослался на положения статей 7, 123 Земельного кодекса РФ, согласно которым на землях сельскохозяйственного назначения могут находиться леса, а Правительством РФ установлены правила их охраны, использования и воспроизводства.

На наш взгляд, необходимо обратить внимание на товарные номенклатуры, утвержденные и действующие в рамках Евразийского экономического союза. Они подразделяются на две группы - сырьевые и несырьевые товары. Принадлежность товаров к определенной группе зависит от степени участия человека в формировании основных (полезных) характеристик товара.

Существует две основные категории сырьевых товаров: материалы, извлекаемые из природной среды (например, руды черных и цветных металлов, драгоценные и полудрагоценные камни, древесина) и продукты вторичной переработки (например, лом металлов, макулатура). Сырьевые товары являются особыми активами, которые обращаются не только на фондовых рынках, но и на товарных биржах. Такие товары можно обменять не только на наличные деньги, но и на другие сырьевые товары, благодаря универсальным потребительским свойствам, которыми они обладают во всем мире.

Несырьевая продукция отличается от сырьевых товаров повышенными трудозатратами на ее производство. Производство несырьевых товаров требует не только простой обработки, например, отжима масла из сельскохозяйственных культур, но и многостадийной и высокотехнологичной обработки и переработки, например, создания сложных технических устройств.

Полагаем, что категория товара (товарно-материальной ценности) невозможна без участия человеческого труда, направленного на достижение потребительских свойств. Другими словами, если какой-либо предмет материального мира участвует в товарном обороте, то труд уже является частью добавленной стоимости товара. Согласно действующему законодательству, более правильно использовать термин «добавленная стоимость», а не «меновая стоимость имущества, созданная общественно необходимым трудом и образующая цену товара». Добавленная стоимость может включать не только трудозатраты, но и материальные затраты, такие как электроэнергия, топливо и другие. Меновая стоимость (exchange value) - это категория, которая выражает соотношение стоимости одного товара с другим, а не является инструментом ценообразования.

С учетом положений статей 1 и 209 Трудового кодекса РФ, категория «труд» может быть определена как совокупность организованных и управляемых действий, направленных на превращение ресурсов в готовый продукт, используя при этом средства труда. Эти действия осуществляются человеком с осознанием своих действий, которые придают различным ресурсам, включая природные, потребительские (товарные) свойства. Для превращения полезного ископаемого в сырьевой товар, достаточно иногда приложить минимум трудовых усилий. Однако, если человек не имеет соответствующего разрешения (лицензии), то его действия могут быть незаконными и подлежать правовой оценке по статьям 7.3 и 7.5 КоАП РФ или частям 2 и 3 статьи 255 УК России.

Глава 7 «Административные правонарушения в области охраны собственности» содержит положения, которые предусматривают административную ответственность за самовольную добычу полу-

драгоценных камней, включая янтарь и нефрит (согласно статье 7.5 КоАП РФ). Самовольной считается добыча указанных предметов без соответствующего разрешения или вне предоставленного горного отвода. Мы полагаем, что самовольная добыча является незаконной и противоправной деятельностью. Если лицо подвергнуто административному наказанию за этот вид правонарушения, то оно может также быть привлечено к уголовной ответственности в соответствии с частью 2 статьи 255 УК России. Диспозиция ч. 2 ст. 255 УК России предусматривает уголовную ответственность за аналогичные деяния, совершенные лицом, которое подвергнуто административному наказанию по статье 7.5 КоАП России. Статьи 255 частей 2 и 3 УК России связаны с добычей полезных ископаемых, таких как янтарь, нефрит или другие полудрагоценные камни, и их последующим введением в оборот. Это является активными действиями, которые добавляют стоимость природному ресурсу и позволяют получить потребительские свойства товара. Такие действия не нарушают правила охраны или использования недр. Поэтому родовый объект уголовных преступлений, предусмотренных статьями 255 частей 2 и 3 УК РФ, относится к общественным отношениям в сфере экономики, а видовой – к общественным отношениям в сфере экономической деятельности. Этот вывод подтверждается расположением аналогичного административного проступка в главе 7 КоАП РФ, а не в главе 8 «Административные правонарушения в области охраны окружающей среды и природопользования». В связи с этим, было бы целесообразным исключить преступные действия, предусмотренные частями 2 и 3 статьи 255 УК РФ из главы 26 «Экологические преступления», и включить их в главу 22 УК России (Преступления в сфере экономической деятельности).

Список источников

1. Уголовное право: учебник / Под ред. д.ю.н., проф. Н.И. Ветрова, д.ю.н., проф. Ю.И. Ляпунова. 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юриспруденция, 2007. – 752 с.
2. Кассационное определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 06.10.2020 по делу 7№7-851/2020, 1-17/2019 // URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=KSOJ003&n=18181#zFn3EeTqmJRpfIga1> (дата обращения 14.05.2023).

© В.В. Наумов, 2023

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 2964

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

БЕЗЛЮДНЕВ ДАНИИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Научный руководитель: Чмышенко Елена Георгиевна

д.э.н., профессор

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: в статье раскрывается значение материально-технического снабжения предприятий нефтяной промышленности в современных условиях. Рассмотрены проблемы снабжения оборудованием, связанные с отказом поставок многих западных стран и необходимостью изменения логистических потоков. В статье представлены пути решения проблем – это параллельный импорт, реализации проектов импортозамещения и внедрения новых отечественных технологий, передового зарубежного опыта.

Ключевые слова: материально-техническое снабжение, нефтяная промышленность, импортозамещение, экономические санкции, параллельный импорт.

MODERN PROBLEMS OF MATERIAL AND TECHNICAL SUPPLY AT RUSSIAN OIL INDUSTRY ENTERPRISES

Bezlyudnev Daniil Alexandrovich*Scientific adviser: Chmyshenko Elena Georgievna*

Abstract: The article reveals the importance of material and technical supply of oil industry enterprises in modern conditions. The problems of equipment supply associated with the refusal of supplies from many Western countries and the need to change logistics flows are considered. The article presents ways to solve problems - this is parallel import, the implementation of import substitution projects and the introduction of new domestic technologies, advanced foreign experience.

Key words: logistics, oil industry, import substitution, economic sanctions, parallel import.

Материально-техническое снабжение – это процесс предоставления и доставки предприятию необходимых для производства материалов, инструментов, комплектующих, оборудования и других ресурсов. Значение этого процесса для компании состоит в обеспечении необходимыми ресурсами, которые необходимы для производства продукции и успешности коммерческой деятельности [1].

Материально-техническое снабжение - это один из самых важных звеньев в производственном цикле, которые непосредственно влияют на уровень выработки продукции и качество конечной продук-

ции. Качество снабжения на предприятии является ключевым элементом в обеспечении эффективности производства и конкурентоспособности компании. Также этот процесс помогает сократить сроки производства и повысить производительность.

Роль материально-технического снабжения на предприятии состоит в доставке и обеспечении необходимых компонентов и материалов для производства продукции. Также этот процесс включает в себя контроль и управление запасами на складе, сбор и анализ информации о ценах на рынке и качестве материалов, анализ производительности производственных линий и т.д.

Особенно высока значимость материально-технического снабжения для нефтяной отрасли, так как она выступает одним из основных источников доходной части бюджета России (рис 1.), а также крупнейшим потребителем всевозможных инновационных продуктов и технических средств [2]. В настоящее время нефтегазовая отрасль РФ обеспечивает 40% экспорта продукции и 30% ВВП страны, она является одной из ключевых отраслей экономики, обеспечивающей доходы в бюджет. В связи с этим новые вызовы, санкции или изменение валютных курсов могут значительно повлиять на экономику страны.

Бюджет России, 2022 год

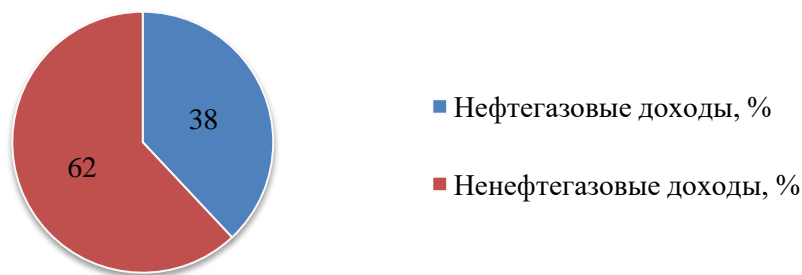


Рис. 1. Доля нефтегазовых доходов в бюджете России в 2022 году

В настоящее время предприятия нефтедобывающего комплекса осуществляют свою деятельность в сложных условиях. Ситуация усугубляется общим падением цен на углеводородное сырье (рис. 2) и сложной экономической и политической ситуацией в мире.

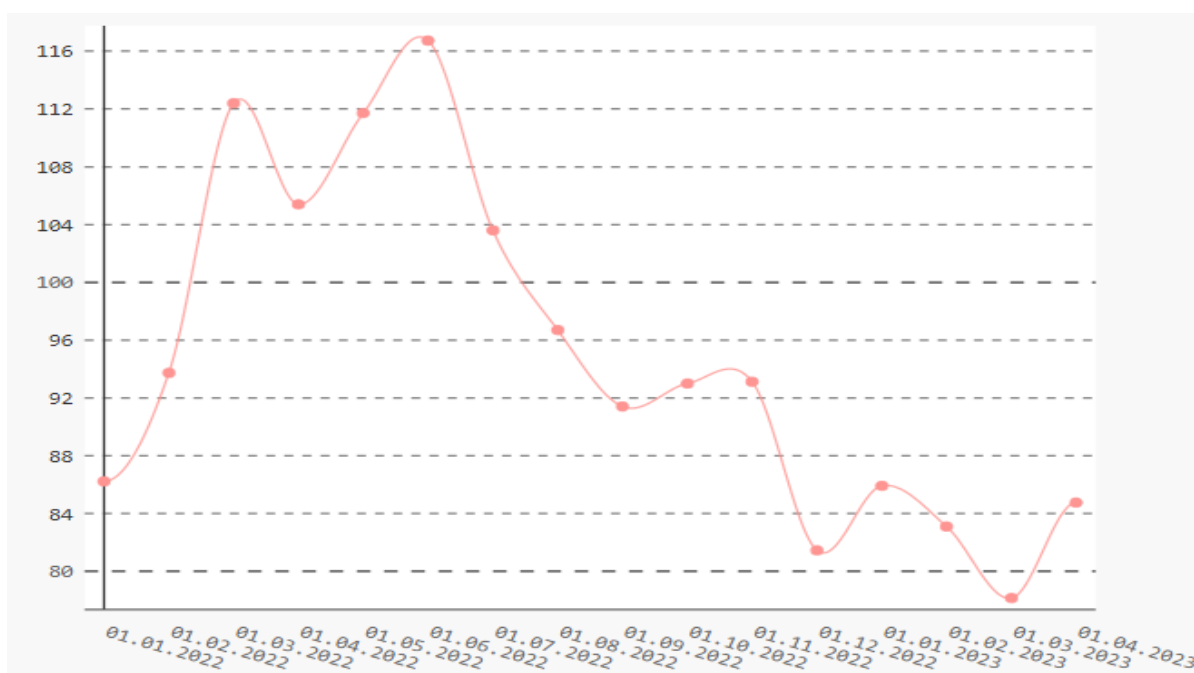


Рис. 2. Динамика цены на нефть Brent с 1 января 2022 года по 1 апреля 2023 года

Проблема зависимости нефтяной промышленности России от зарубежных поставок нефтяного оборудования известна давно. Эта зависимость обусловлена недостаточной развитостью отечественного производства оборудования и технологий в нефтяной отрасли, а также высокой конкурентоспособностью западных компаний. По данным Минпромторга РФ, до 70% технического оборудования, используемого в нефтяной промышленности РФ, является импортным. Это приводит к росту затрат на закупку, эксплуатацию, обслуживание и ремонт оборудования, а также к задержкам в производственном процессе в случае срыва поставок [6].

Наибольшая зависимость от импорта наблюдалась в следующих направлениях [4]:

- разработка шельфа, в котором доля используемых для реализации шельфовых проектов оборудования и технологий зарубежного производства доходила до 90-95%;
- техника и технологии бурения, где степень зависимости от импорта варьировалась от 60% (бурильный инструмент) до 83% (навигационное оборудование, буровая техника, технологии гидравлического разрыва пласта);
- технологии и оборудование для производства СПГ, где доля импорта колебалась в диапазоне от 50% до 67% т. д.

Основными странами, осуществляющие поставки нефтяного оборудования в РФ, выступают Германия, Великобритания, США, Мексика, Китай, Франция, Италия, Нидерланды, Венгрия, Турция. На сегодняшний день практически все страны из этого списка либо полностью прекратили поставки своего нефтяного оборудования в РФ, либо свели их количество к минимуму.

На сегодняшний день самая главная проблема для экономики РФ – это санкционное давление зарубежных стран. Начиная с 2014 года, после принятия Крыма в состав РФ и начала в 2022 году СВО на Украине, множество западных стран начали вводить различные санкции по отношению к России. Санкции направлены на сокращение экономической и финансовой интеграции России с мировым сообществом. Санкции охватили ряд отраслей экономики, таких как нефтегазовая, банковская, военно-промышленная, а также персональные санкции в отношении чиновников, политиков и олигархов РФ. Это привело к провалу ряда проектов, сокращению прибылей компаний, росту инфляции и ухудшению социально-экономического положения населения [7].

Как считает А.М. Токарев «санкции помогли убедиться в необходимости технологической независимости. Добыча углеводородов является основой российской экономики, и здесь должны доминировать отечественные технологии и оборудование. Высокая доля импорта готовых технологий, оборудования и материалов приводит к утрате отечественного научно-технического потенциала, значительному сокращению социально-экономических выгод, связанных с освоением нефтегазовых ресурсов» [5].

Эксперты Энергетического центра Бизнес-школы «Сколково» отмечают, что «высокая уязвимость российского нефтегазового сектора к санкциям проявится к 2025 году. Отсутствие доступа к новому иностранному оборудованию и недостаточно развитые собственные технологии добычи нефти на фоне пропорционально более высокой доли трудно извлекаемых запасов начнут наносить непоправимый вред отрасли» [6]. На сегодняшний день Россия является «страной-лидером» по количеству наложенных на неё санкций (рис. 3).

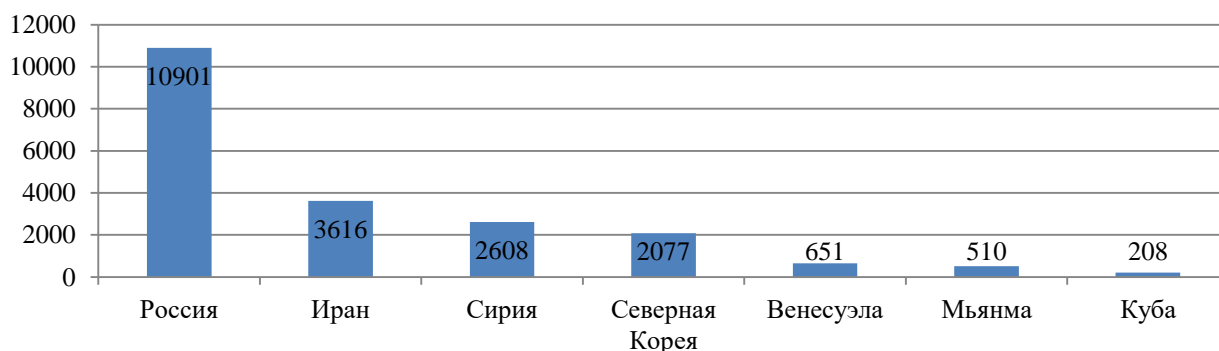


Рис. 3. Страны-лидеры по количеству наложенных санкций (по данным материалов Bloomberg)

Важно понимать, что санкции имеют кумулятивный эффект, что может привести к снижению добычи нефти в России на 5% (по сравнению с текущим уровнем добычи) к 2025 году и на 10% – к 2030 году, это довольно чувствительно для российской экономики. Эксперты Forbes, например, убеждены, что «последствия санкций для нефтяной отрасли в России будут достаточно серьезными. Таким образом, необходимо как можно раньше начать наращивать инвестиции в разработку новых технологий добычи нефти. В противном случае ситуация может перерасти в новый кризис» [6].

Что касается способов преодоления экономических санкций, то одним из них является импортозамещение. Импортозамещение – это замещение импортных товаров, товарами, произведенными внутри страны. Как отмечает Белогурова Н.Н. «политика импортозамещения в России, несмотря на отмеченные сложности, имеет отличные шансы на успех. Связано это с большим количеством факторов. Во-первых, у российских предприятий в большинстве случаев нет проблем с доступом к необходимому сырью, природным ресурсам. Во-вторых, производственные издержки при открытии производства в РФ во многих случаях будут ниже, чем за рубежом, собственно, в силу относительной дешевизны некоторых природных ресурсов. Также в России довольно дешевая электроэнергия. В-третьих, у России есть ощутимый технологический потенциал» [2]. Вышеперечисленные свойства позволяют заменить импортное оборудование отечественными аналогами.

Одним из способов преодоления экономических санкций является параллельный импорт. Этот механизм предусматривает обход официальных поставщиков и возможность приобретения товаров напрямую у производителей за более низкую цену (рис. 4). Параллельный импорт в РФ действует на основе закона о защите конкуренции и нацелен на усиление конкуренции на рынке. Теперь потребители могут быть уверены, что за один и тот же товар не должны платить завышенную цену, как это было ранее, при официальном импорте товаров.



Рис. 4. Примерная схема параллельного импорта

Новый механизм импорта дает возможность экономии потребителю, улучшает качество товаров и стимулирует развитие внутреннего рынка. Однако, есть и свои проблемы. Введение параллельного импорта может привести к падению доходов предприятий, которые закупают товары у официальных поставщиков, и ухудшить экономическое положение ряда регионов [3].

Реализация параллельного импорта в РФ может быть ключевой мерой, направленной на улучшение жизни обычных россиян в условиях снижения экономической активности. Будет интересно увидеть, каким образом этот механизм импорта будет функционировать на практике и какие проблемы придется решать в ближайшее время.

Обладая колоссальным научно-производственным потенциалом, российская экономика довольно долго игнорировала собственное производство необходимого оборудования. Разумеется, зачастую бывает дешевле и проще импортировать готовые решения и товары, нежели создавать собственные производства. Но тактические выгоды формируют риски значительных стратегических потерь [8].

Основной задачей отечественного импортозамещения нефтяного оборудования является увеличение доли отечественных компаний на рынке нефте- и газоперерабатывающего оборудования, а также создание условий для развития новых высокотехнологичных отраслей.

Решение этой задачи требует проведения масштабных работ по модернизации и обновлению производственной базы. Совершенствование системы профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов, реализация инновационных и научно-исследовательских проектов и другие мероприятия по повышению эффективности производства.

В 2020 году был представлен доклад «Стратегия развития нефтегазового комплекса Российской Федерации до 2035 года». В нем определены задачи, направленные на интенсификацию внутреннего производства нефтепродуктов и разработку месторождений современными технологиями, а также на создание сильной отечественной нефтяной промышленности, в состав которой войдут крупнейшие компании-производители, способные конкурировать на мировых рынках и обеспечивать Россию необходимыми для экономики сырьевыми ресурсами [8].

Обеспечение импортозамещения на российских предприятиях нефтяной промышленности является неотъемлемой частью данной стратегии, которая ориентирована на укрепление технологической базы и развитие национальной экономики. При этом на первый план выходят задачи разработки новых технологических решений и оснащения отечественных производств современным оборудованием, что позволит увеличить их эффективность и конкурентоспособность. Таким образом, речь идет не только об отказе от импортных комплектующих и оборудования, но и расширении масштабов производства в целом.

Так в течение последних лет в России начался активный процесс импортозамещения в нефтяной промышленности. Одним из примеров является компания «Газпромнефть-Научно-технический центр». С 2014 года Роснефть запустила программу импортозамещения, которая позволила компании внедрить новые технологии и повысить эффективность производства [8].

Важным шагом в импортозамещении стало строительство новых заводов по производству нефтегазового оборудования. Например, у компании «Татнефть» открылся завод по производству насосного оборудования, а «Газпром нефть» запустила производственную линию для производства винтовых компрессоров.

Кроме того, российские компании активно работают над созданием собственных технологий, которые могут заменить импортные. Например, компания «НК Роснефть» внедрила первые образцы гидравлических дисковых пакетов, которые могут заменить импортные аналоги.

Также российское нефтеперерабатывающее оборудование начинает бороться на мировых рынках. По данным на 2020 год, компании «Газпром нефтехим Салават» и «ЛУКОЙЛ-Нефтехим» уже нашли зарубежных клиентов на поставку собственных технологий, в том числе оборудования. Это позволяет думать, что российских производителей может стать серьезным конкурентом и на мировых рынках.

Благодаря вышеописанным действиям, доли импорта в нефтяной промышленности РФ планируют значительно снизить (табл. 1).

Таблица 1

Планируемые доли импорта в нефтяной промышленности РФ в 2024 году

п/п	Технологические направления	Основные вызовы	Результаты 2015-2020 гг.	Доля импорта, %	
				2018 г.	2024 г.
1	СПГ	Средне- и крупнотоннажное производство СПГ	Составлена дорожная карта первоочередных мер по локализации оборудования	95	50
2	Сервис скважин, увеличение нефтеотдачи	Создание флотов ГРП	Создан и введен в эксплуатацию полностью отечественный флот ГРП	85	25

Продолжение таблицы 1

3	Шельфовые проекты	Системы подводных добычных комплексов	Завершено создание и испытание опытных образцов, идет их серийное внедрение	75	50
4	Бурение	Роторно-управляемые системы	Создана отечественная роторно-управляемая система РУС-ГМ-195	70	10
5	Геолого- и сейсморазведка	Сейсморазведочное оборудование ПО для сейсмосудов	Проведена масштабная сейсморазведка отечественными донными станциями «Краб»	65	25

Таким образом, в настоящий момент в России есть несколько вариантов развития сложившейся ситуации в нефтяной отрасли. Несмотря на более дешевый и простой вариант пойти по пути Китая – наиболее перспективным с точки зрения стратегии развития страны является активизация отечественных разработок и внедрение их в производство. Использование отечественного оборудования окажет влияние на снижение затрат, связанных с материально-техническим снабжением, за счет уменьшения расходов на транспортировку, оплату таможенных пошлин и др. Высвободившиеся денежные средства можно также будет направить на развитие других необходимых отечественных разработок.

Список источников

1. Барболина М.А. К вопросу о сущности понятий: «закупочная логистика», «логистика снабжения» и «материально-техническое обеспечение» // Вектор экономики. – 2020 г. – № 12 (54). – С. 7.
2. Белогурова Н.Н. Импортзамещение в нефтяной и газовой промышленности // Вестник ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2015 г. – № 11. – С.98-102.
3. Закарюкин М.А., Волощенко В.П., Собинина С.В. Обзор параллельного импорта в России // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022 г. – № 12. – С.251-255.
4. Марюнина И.Н. Управление процессом импортзамещения в нефтегазовой отрасли России в условиях санкций // Государственное и муниципальное управление. Учебные записки. – 2020 г. – № 4. – С. 35-41.
5. Токарев А.Н. Сможем ли заместить импорт в «нефтянке»? // ЭКО. – 2015 г. – № 4. – С. 5-19.
6. Шацкая Э.Ш. Нефтяная промышленность: проблемы и перспективы // Ученые записки крымского инженерно-педагогического университета. – 2022 г. – № 3 (77). – С.119-122.
7. Как нефтегазовая отрасль переходит на отечественные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2022/04/29/920343-neftegazovaya-otrasl> (30.04.2023 г.).
8. Импортзамещение в нефтегазовой промышленности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://oilandgasforum.ru/data/files/Digest%20site/Digest_4%20VEW_1_web.pdf (30.04.2023).

УДК 355/359.07

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕННЫХ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕР В ЭКОНОМИКЕ

КУКУШКИНА ГУЗЕЛЬ РАВИЛЕВНА

соискатель

Военный университет имени князя Александра Невского
318 военное представительство Министерства обороны Российской Федерации**Научный руководитель: Кандыбко Наталья Викторовна**

д.э.н., профессор

Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации

Аннотация. В настоящее время в Российской Федерации введены специальные меры в экономике, что расширило как обязанности, так и возможности субъектов, участвующих в государственном оборонном заказе. Ценообразование на военную продукцию, поставляемой по ГОЗ, достаточно трудоемкий процесс, влияние на который осуществим, в том числе и за счет внедрения и оптимизации процедур подготовки обосновывающих документов и их проверки.

Ключевые слова: военная продукция, государственный оборонный заказ, затраты, трудоемкость, ценообразование.

TRENDS IN THE PRICE FORMATION OF MILITARY COMMODITIES UNDER THE CONDITIONS OF INTRODUCED SPECIAL MEASURES IN THE ECONOMY

Kukushkina Guzel Ravilevna*Scientific adviser: Kandybko Natalia Viktorovna*

Annotation. At present, in the Russian Federation, special measures in the economy have been introduced, which has expanded both the duties and opportunities of the subjects participating in the state defense order. The pricing of military products supplied under the state defense order is a rather labor-intensive process, which can be effected, in particular, by introducing and optimizing the procedures of preparation of justifying documents and their verification.

Key words: military products, state defense order, costs, labor intensity, pricing.

Одна из важнейших функций государства это поддержание обороноспособности государства на должном уровне. Основной правовой механизм для проведения указанных мер в мирное время и военное время служит, в том числе комплекс внутригосударственных документов таких как: Конституция, действующее законодательство, военная доктрина.

В июле 2022 года Совет Федерации РФ одобрил законопроекты, определяющие особенности введения специальных экономических мер для «проведения вооружёнными силами РФ, другими войсками, воинскими формированиями и органами контртеррористических и иных операций за пределами территории Российской Федерации» [7]. Глава государства В. В. Путин подписал 14 июля 2022 года Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 272-ФЗ (далее – Закон). Данным Законом внесены изменения и дополнения в Федеральный закон от 31 мая 1996 года № 61-ФЗ «Об обороне», в Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и Федеральный закон от 18 июля 2011 года № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».

В целях реализации Закона председатель Правительства РФ подписал 1 августа 2022 года постановление Правительства РФ «Об особенностях правового регулирования трудовых отношений в отдельных организациях, их структурных подразделениях и на отдельных производственных объектах» № 1365 и постановление Правительства РФ «О введении специальных мер в экономике» № 1366дсп. Указанными документами правительство РФ наделяет дополнительными полномочиями государственного заказчика государственного оборонного заказа. В частности, обеспечение принятия обоснованных фактических затрат организации, выполняющие государственный оборонный заказ, в том числе сверх лимитов бюджетных ассигнований [3].

С января 2018 года Постановлением Правительства РФ № 1465 от 2 декабря 2017 года «О государственном регулировании цен на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу, а также о внесении изменений и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» установлены единые правила определения цен на образцы вооружения, военной и специальной техники (далее – ВВСТ), а также иную продукцию, поставляемую в рамках кооперации исполнителя ГОЗ [2]. Данным документом установлены, в том числе, методы определения цены на продукцию, поставляемую по ГОЗ, а также порядок и условия применения видов цен на продукцию и перевода в фиксированную цену других видов цен на эту продукцию. Рассмотрим особенности ценообразования на продукцию ГОЗ в сложившихся реалиях текущего дня.

После начала специальной военной операции на Украине, объемы государственного оборонного заказа в 2022 году заметно изменились в сторону его увеличения, путем корректировки плана закупок на текущий год. Существенно пересмотрены объемы закупок ВВСТ и на следующие 5 лет [8]. С учетом новых объемов закупки ВВСТ Минобороны России с июля этого года заключает государственные контракты на 2023-2025 г.г. При этом поставлена задача перед организациями, выполняющие государственный оборонный заказ, заключать контракты в кратчайшие сроки. Данная задача требует слаженности во взаимодействии всех субъектов, участвующих в процедурах размещения и исполнения ГОЗ. Одним из методов определения цены на продукцию, поставляемую по ГОЗ, является метод индексации базовой цены. Это подвид затратного метода, при этом носит признак антизатратного механизма. Данный подход в ценообразовании существенно ускоряется процедуру заключения государственных контрактов (контрактов) ГОЗ, в том числе за снижения общего объема необходимых документов, обосновывающих цену военной продукции. А, следовательно, снижаются риски несвоевременного заключения государственных контрактов (контрактов) ГОЗ за счет исключения ценовых споров. Базовую цену возможно применять в случае, если одновременно выполняются следующие условия:

- не применимы методы анализа рыночных индикаторов и сравнимой цены;
- ранее была определена базовая цена единицы продукции;
- не было зафиксировано существенное изменение условий поставки (в том числе производства) продукции;
- рассматриваемая продукция является серийной с циклом производства менее 3 лет и прошло не менее 3 лет с даты начала поставки продукции.

Метод индексации базовой цены может также применяться для серийной продукции, цикл производства которой составляет более 3 лет и (или) ее поставка осуществляется менее 3 лет, при согласии головного исполнителя (исполнителя) и государственного заказчика (заказчика) [2].

При этом п. 37 постановления Правительства РФ № 1465 от 2 декабря 2017 года определен объем обосновывающих документов в составе предложения о цене:

- проект протокола согласования цены;
- сведения об объемах поставки продукции, в том числе по государственному оборонному заказу, включая экспортные поставки;
- предложение о выборе вида цены на продукцию, планируемую к поставке единственным поставщиком;
- расчет значения цены на соответствующий год и плановый период с использованием актуальных на дату направления предложения о цене фактических и прогнозных значений индексов;
- отчетная калькуляция затрат на производство ранее поставленной продукции, согласованная с военным представительством Министерства обороны Российской Федерации или иного государственного заказчика, уполномоченным осуществлять свою деятельность в организации;
- заключение о цене на продукцию, подготовленное военным представительством Министерства обороны Российской Федерации [2].

Одновременно с этим, приказом Министра обороны РФ от 8 июня 2022 г. № 329 «Об утверждении Перечня документов, представляемых в Министерство обороны Российской Федерации в составе обосновывающих документов при представлении предложений о цене на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу» определены дополнительные обосновывающие документы:

- сведения о государственной регистрации базовой цены либо об определении Министерством обороны Российской Федерации базовой цены с приложением копий соответствующих документов и указанием базового года;
- сведения о размере базовых затрат в составе базовой цены (для метода индексации по статьям затрат);
- расчет и обоснование отсутствия существенных изменений условий поставки (в том числе производства) продукции в году, в котором осуществляется расчет, по сравнению с базовым годом [5].

Исходя из собственного опыта работы, рассмотрение расчетно-калькуляционных материалов, обосновывающих размер цены и выдача заключения военного представительства МО РФ, занимает от нескольких часов до двух рабочих дней. При классическом затратном методе – минимум три рабочих дня. В табл.1 приведена сравнительная структура трудозатрат в норма-часах на изделие условное наименование А при подготовке предложения о цене по затратному методу и методу индексации базовой цены.

При анализе объема обосновывающих документов в составе предложений о цене традиционным затратным методом могу с уверенностью сделать вывод о том, что затратный метод требует больших ресурсов в обосновании, как трудовых, так и временных. Учитывая необходимость сокращения сроков заключения государственных контрактов, и что особенно важно, контрактов по ГОЗ в рамках производственной кооперации, считаю, что институт базовых цен приобретает свою актуальность. При этом организациям, выполняющие ГОЗ, позволит сохранить экономию, полученной за счет проведения мероприятий по снижению затрат и оптимизации производства, а государством будет реализована задача по повышению эффективности производства посредством стимулирования предприятий, входящих в систему государственного оборонного заказа, к снижению издержек [6]. Одновременно с этим, упростится и система контроля за ценообразованием ГОЗ, так как нет необходимости в ежегодном контроле цен и фактически произведенных расходов предприятий-производителей, определяющих себестоимость продукции.

Основным условием при переводе ориентировочной цены в фиксированную является предоставление уточненных данных, отсутствовавших на момент ее определения. При этом постановлением Правительства РФ «О введении специальных мер в экономике» от 1 августа 2022 г. № 1366дсп предусмотрено обеспечение принятия государственным заказчиком ГОЗ обоснованных фактических затрат организации, выполняющие государственный оборонный заказ, в том числе сверх лимитов бюджетных ассигнований. Однако, отмечу, что документально подтвержденные фактически понесенные затраты не в полной мере попадают под критерий обоснованности (экономической оправданности).

Таблица 1

Структура трудозатрат на подготовку РКМ на изделие условное наименование А, нормо-часов

№ п/п	Наименование документа	Затратный метод	Индексация базовой цены
1	2	3	4
1	проект протокола согласования цены	0,25	0,25
2	сведения об объемах поставки продукции, в том числе по государственному оборонному заказу, включая экспортные поставки	0,25	0,25
3	предложение о выборе вида цены на продукцию, планируемую к поставке единственным поставщиком	0,25	0,25
4	плановая калькуляция затрат	1,00	0,00
5	отчетная калькуляция затрат на ранее поставленную продукцию	1,00	0,00
6	расшифровка материальных расходов, связанных с поставкой продукции	2,00	0,00
7	расчет цен на ПКИ, в том числе дорогостоящие	2,50	0,00
8	расшифровка и обоснование расходов на оплату труда за отчетный период и плановый период	3,00	0,00
9	сметы и расчеты за отчетный период и плановый период общепроизводственных, общехозяйственных, специальных и других расходов, в том числе по государственным контрактам на поставку продукции	0,50	0,00
10	расчет плановой рентабельности (прибыли)	0,33	0,00
11	расчет (обоснование) трудоемкости	0,25	0,00
12	сведения о нормативах и экономических показателях организации, используемых при определении цены продукции	0,17	0,00
13	обоснование размера плановой рентабельности	0,33	0,00
14	данные о финансовой поддержке, оказываемой государством в целях выполнения ГОЗ	0,33	0,00
15	копии обращений в ФАС службу о фактах повышения цен поставщиками,	0,33	0,00
16	иные документы, в том числе:		
16.1	копия коллективного договора, иного локального нормативного акта организации, регламентирующего оплату труда работников	0,25	0,00
16.2	справка о фактически достигнутой в организации величине страховых взносов на обязательное социальное страхование в отчетном периоде	0,25	0,00
16.3	уведомления о размере страховых взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний	0,25	0,00
16.4	копия расчета по страховым взносам за отчетный период текущего года и предыдущий год	0,33	0,00
16.5	копия учетной политики организации с приложениями, включая план счетов	0,33	0,00
16.6	копии протоколов цен, товарно-транспортных накладных, универсальных передаточных документов, счетов, счетов-фактур (в обоснование фактических цен предыдущего и планового периодов)	1,00	0,00
16.7	сведения о государственной регистрации базовой цены либо об определении МО РФ базовой цены с приложением копий соответствующих документов и указанием базового года	0,00	0,25
16.8	сведения о размере базовых затрат в составе базовой цены (для метода индексации по статьям затрат)	0,00	0,75
16.9	расчет и обоснование отсутствия существенных изменений условий поставки (в том числе производства) продукции в году, в котором осуществляется расчет, по сравнению с базовым годом	0,00	0,25
17	заключение ВП МО	4,00	0,33
18	опись документов	0,50	0,17
ИТОГО нормо-часов		19,42	2,5

Состав затрат, включаемых в цену военной продукции в рамках ГОЗ устанавливает Порядок определения состава затрат, включаемых в цену продукции, поставляемой в рамках государственного оборонного заказа, утвержденный Приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 8 февраля 2019 г. № 334. Одновременно с этим, в соответствии с п. 26 Приказа Минфина России от 15 нояб-

ря 2019 г. № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы», в фактическую себестоимость незавершенного производства и готовой продукции не включаются затраты, возникшие в связи с ненадлежащей организацией производственного процесса (сверхнормативный расход сырья, материалов, энергии, труда, потери от простоев, брака, нарушений трудовой и технологической дисциплины) [4]. Организация, выполняющая ГОЗ, обязана представить государственному заказчику подготовленные совместно с исполнителями обоснования, необходимые для изменения цены государственного контракта, а в случае увеличения цены государственного контракта представляет также перечень мер, направленных на сокращение издержек [1]. Тем самым, реализуя принцип допустимости, правомерности и рациональности затрат, и именно такие затраты может принять государственный заказчик в цене военной продукции.

Таким образом, введение специальных мер в экономике продиктовано безусловной реакцией государства на угрозу нарушения ее безопасности. В сфере ценообразования ГОЗ это позволило расширить императивность норм законодательства и внести новые в нее элементы.

Список источников

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 275-ФЗ "О государственном оборонном заказе" (с изменениями и дополнениями).
2. Постановлением Правительства РФ № 1465 от 2 декабря 2017 года «О государственном регулировании цен на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу, а также о внесении изменений и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».
3. Постановление Правительства РФ от 01.08.2022 г. №1366 «О введении специальных мер в экономике».
4. Приказа Минфина России от 15 ноября 2019 г. № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы».
5. Приказ Министра обороны РФ от 08.06.2022 г. № 329 «Об утверждении Перечня документов, представляемых в Министерство обороны Российской Федерации в составе обосновывающих документов при представлении предложений о цене на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу».
6. Кандыбко, Н. В. Антизатратный механизм определения цен на образцы вооружения, военной и специальной техники: достоинства и недостатки / Н. В. Кандыбко, Г. Р. Кукушкина // Устойчивое развитие: общество, экология, экономика : Материалы XV международной научной конференции. В 4-х частях, Москва, 28 марта 2019 года / Под редакцией А.В. Семенова, Н.Г. Малышева. Том Часть 1. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2019. – С. 339-345.
7. Совфед одобрил закон о праве кабмина вводить спецмеры при операциях ВС РФ за рубежом//URL: <https://www.interfax.ru/russia/850794> (дата обращения: 7.11.2022).
8. Гособоронзаказ изменят с учётом спецоперации// <https://sev.tv/news/79343.html> (дата обращения: 7.11.2022)

УДК 330.322.01

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИИ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

МИХАЙЛОВА КСЕНИЯ ВИТАЛЬЕВНА,
ЯДРЫШНИКОВА ВИКТОРИЯ ВАДИМОВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

Научный руководитель: Селина Ольга Викторовна

к.э.н., доцент кафедры «Экономика транспорта»

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

Аннотация: в данной статье рассматривается развитие Инвестиций в России, их история и перспективы дальнейшего развития, анализируются показатели инвестиционной деятельности, в том числе зарубежных инвесторов. Использовались такие теоретические методы как: анализ данных, обобщение информации.

Ключевые слова: Инвестиции, Российская экономика, зарубежные инвестиции, инвестиции в основной капитал, ВВП, максимизация прибыли.

INVESTMENT DEVELOPMENT IN RUSSIA: HISTORY AND PROSPECTS

Mikhailova Ksenia Vitalievna,
Yadryshnikova Victoria Vadimovna

Scientific adviser: Selina Olga Viktorovna

Abstract: This article examines the development of Investments in Russia, their history and prospects for further development, analyzes the indicators of investment activity, including foreign investors. Such theoretical methods as data analysis, generalization of information were used.

Key words: Investments, Russian economy, foreign investments, investments in fixed assets, GDP, profit maximization.

Инвестиционная деятельность всегда была важным элементом российской экономики. С начала 90-х годов прошлого века, после распада Советского Союза и перехода к рыночной экономике современной России, государство начало активно применять политику, направленную на стимулирование инвестиций во все отрасли экономики. Были созданы особые экономические зоны, упрощены процедуры регистрации бизнеса и получения разрешительных документов, а также снижены налоговые ставки и предоставлены льготы для инвесторов. В последние годы Россия продолжает действовать в этом направлении, стремясь привлечь как внутренние, так и иностранные инвестиции. Были созданы условия для развития малого и среднего бизнеса, поддержка отечественных производителей и новых технологий. Важными шагами в этом направлении стали открытие новых инновационных технопарков, создание специализированных инвестиционных фондов, проект «Национальная технологическая база» и др.

Необходимость развития инвестиций в России также связана с вызовами новых экономических реалий и задачами, которые стоят перед национальной экономикой. Важнейшая из этих задач – макси-

мальное использование потенциала и развитие современных мировых технологий. Для этого необходима большая инвестиционная база и привлечение капитала на развитие новых технологических проектов.

В соответствии с законодательством Российской Федерации инвестиции – это денежные средства, ценные бумаги, собственность и имущественные права, которые вкладываются в объекты предпринимательской и/или иной деятельности для получения прибыли и/или достижения другого полезного эффекта [1]. Попросту говоря, инвестиции – это финансовые вложения с целью получения дохода в будущем.

Инвестиции и ссуды – это два различных финансовых инструмента, которые используются для получения финансовой выгоды, но отличаются друг от друга следующими параметрами:

1. Владение: Инвестор выступает как владелец капитала в компании, в которую он инвестировал. В то время как в ссуде, заемщик просто арендует денежные средства с обязательством их вернуть в будущем.

2. Риск: Инвестор берет на себя риск убытков или прибыльности инвестиций, тогда как в ссуде займодавец возвращает заем с установленной процентной ставкой, без риска убытков.

3. Временной период: Инвестиции обычно дольше, чем ссуда. Инвесторы могут приобретать долгосрочные активы/инвестиции, к примеру, акции, недвижимость, и т.д. В то время как ссуда носит временный характер и обычно возвращается в течение некоторого времени в будущем.

4. Возвратность: Инвестор получает прибыль в виде дивидендов, процентов, капиталовооруженности и т.п. Тогда как предназначением ссуды является только возврат займа со стандартной процентной ставкой.

5. Влияние на компанию: Инвестор с инвестиционными пакетами может оказывать влияние на бизнес компании. В то время как заемщик может получать советы займодавца, но заемодатель не имеет влияние на заемщика.

Как правило, инвестиции относятся к долгосрочному хранению капитала с ожиданием выгоды в долгосрочной перспективе, а ссуда – это временное получение денег до ее возврата.

Как и говорилось ранее, инвестиционная деятельность играет важную роль в экономике. Отличительной чертой инвестиций является невозвратность. Иными словами, при убыточности инвестиционного проекта, вкладчик помимо потери вложенных средств, остается без прибыли от проекта. В качестве инвестиций могут выступать: денежные средства; имущественные права; объекты предпринимательской деятельности; обязательства, имеющие денежную оценку.

Суть инвестиционной деятельности заключается в приобретении активов с целью получения прибыли в долгосрочной перспективе. Инвесторы принимают решения об инвестировании своих средств на основе риска и доходности в будущем. Инвестирование является одним из ключевых элементов экономического развития каждой страны. Это позволяет компаниям увеличивать объемы производства, создавать новые рабочие места, осваивать новые технологии и оптимизировать процессы. Инвесторы же получают возможность заработать деньги на росте активов, которые они приобрели. Самые распространенные виды инвестиционной деятельности включают в себя: покупка акций на фондовом рынке; инвестирование в недвижимость или коммерческую недвижимость; открытие и развитие собственного бизнеса; вложения в облигации, векселя, депозиты и другие финансовые инструменты; инвестирование в научно-исследовательские и развлекательные проекты.

В целом, целью инвестиционной деятельности является получение максимальной прибыли при минимальном риске. К сожалению, невозможно гарантировать полную безопасность инвестированных средств, поэтому инвесторы должны проявлять осторожность и проводить тщательный анализ выбираемых проектов.

Инвестиции делятся на финансовые и реальные. Финансовые инвестиции – это инвестиции в ценные бумаги, такие как акции, облигации, фонды, валюту и деривативы. Финансовые инвестиции могут быть выполнены на различных фондовых рынках и в различных видов ценных бумаг. Их основная цель – получение прибыли в виде капиталовооруженности, дивидендов и купонных доходов. Основной риск в финансовых инвестициях заключается в колебаниях цен на рынке, которые могут привести к потере инвестиционного капитала. Реальные инвестиции – это инвестиции в реальные активы,

такие как недвижимость, земля, промышленное оборудование и другие материальные активы предприятий. Реальные инвестиции направлены на создание стоимости, увеличение производительности и расширение бизнеса. Реальные инвестиции обычно предполагают более длительный период вложения средств, чем финансовые инвестиции, и также могут включать дополнительные расходы на поддержание их в эффективном состоянии. Важным риском в реальных инвестициях является недостаточная ликвидность активов, что может затруднить продажу активов и привести к потере капитала.

Грань между инвестицией и спекуляцией может быть размыта, особенно на финансовых рынках, где цены на активы могут значительно колебаться. Основное различие между инвестициями и спекуляцией состоит в цели и подходе к рынку. Инвесторы обычно стремятся к долгосрочной прибыли путем покупки активов, основанных на фундаментальных анализах и принципах диверсификации риска, и могут терпеть временные потери. Спекулянты же обычно стремятся к краткосрочной прибыли путем быстрой покупки и продажи активов, основанной на техническом анализе и светске хитрости. Однако, граница между инвестициями и спекуляцией не всегда очевидна, и некоторые инвесторы могут проводить торговые операции на короткий срок, в то время как спекулянты могут проводить фундаментальный анализ активов. Кроме того, некоторые активы, такие как деривативы, могут быть использованы и в качестве инструментов для инвестиций, и в качестве инструментов для спекуляции, что дополнительно затрудняет различие между ними. В целом, ключевым фактором, который отличает инвесторов от спекулянтов, является их подход к риску. Инвесторы стремятся сохранить капитал при использовании разнообразных инструментов управления риском, тогда как спекулянты играют на высокий риск, чтобы получить быструю прибыль.

Становление инвестиционной деятельности в России разумно связать с переломными этапами в развитии социально-политических, общеэкономических и прочих процессов, протекавших в обществе. Выделяют четыре основных этапа:

- I этап: I половина XVIII столетия;
- II этап: со II половины XVIII века до 1917 года (дореволюционный период);
- III этап: с ноября 1917 года по 1991 год (советский период);
- IV этап: с 1991 года по настоящее время (современный этап).

Если рассматривать их более подробно, то например, Становление инвестиционной деятельности в России началось еще в I половине XVIII века, при правлении Елизаветы Петровны. В то время королева ввела ряд реформ, благоприятствующих развитию экономики страны и привлечению инвестиций. В 1756 году была создана «Ученая коллегия коммерции», которая занималась развитием торговли и промышленности в России, а также созданием условий для привлечения иностранных инвесторов. Был введен обязательный заказ товаров для армии и флота, что стимулировало рост промышленности и новых производств. В 1766 году была введена таможенная реформа, которая существенно упростила процесс импорта и экспорта товаров в России и создала новые возможности для инвесторов в сфере торговли.

Во II половину XVIII века Екатерина II активно привлекала иностранные инвестиции для развития экономики страны. В первую очередь это были финансовые инвестиции из Голландии, Англии и Франции, которые давали возможность создавать новые мануфактуры и усовершенствовать сельское хозяйство. В середине XIX века инвестиционная деятельность начала активно развиваться в сфере железнодорожного транспорта. В этот период были созданы крупные российские железнодорожные компании, в которые вкладывали инвестиции как отечественные, так и зарубежные капиталисты. С начала XX века до 1917 года инвестиционная деятельность в России продолжала активно развиваться. Однако развитие инвестиционной деятельности в России было сдерживаемо рядом факторов, в том числе политической нестабильности, неэффективности экономических реформ и низкого уровня развития финансового рынка.

С ноября 1917 года в России произошло революционное преобразование политической, экономической и социальной системы, что в свою очередь отразилось на инвестиционной деятельности. Власть в стране перешла в руки большевиков, которые провозгласили национализацию промышленности и национализацию земли. Первое десятилетие после революции было characterized экономическим кризисом.

ческой нестабильностью и ограничением иностранных инвестиций в экономику страны. Кроме того, в 1930-х годах была проведена политика коллективизации сельского хозяйства, которая привела к резкому снижению производительности и ухудшению условий жизни сельского населения. Во время Второй Мировой войны Россия оказалась в трудном экономическом положении, но благодаря мобилизации и мощной промышленности страны удалось вытащить экономику из кризиса. После Второй Мировой войны Россия стала одним из лидеров мировой промышленности, но инвестиционная деятельность продолжала ограничиваться большевистской политикой национализации и государственного контроля над экономикой страны. Это привело к ослаблению эффективности экономики и стагнации в отраслях, которые не смогли адаптироваться к идеологическому контролю со стороны государства.

В период после распада Советского Союза, Россия столкнулась с серьезными экономическими проблемами, такими как гиперинфляция, резкое падение производства и экономическая реформа. В результате были созданы новые формы собственности, законодательство об инвестициях и были приняты другие меры, направленные на стимулирование инвестиций в экономику России. К примеру, в самом провальном 1997 году инвестиции в экономику составили 24,2 % по сравнению с объемом инвестиций 1990 года (рисунок 1).

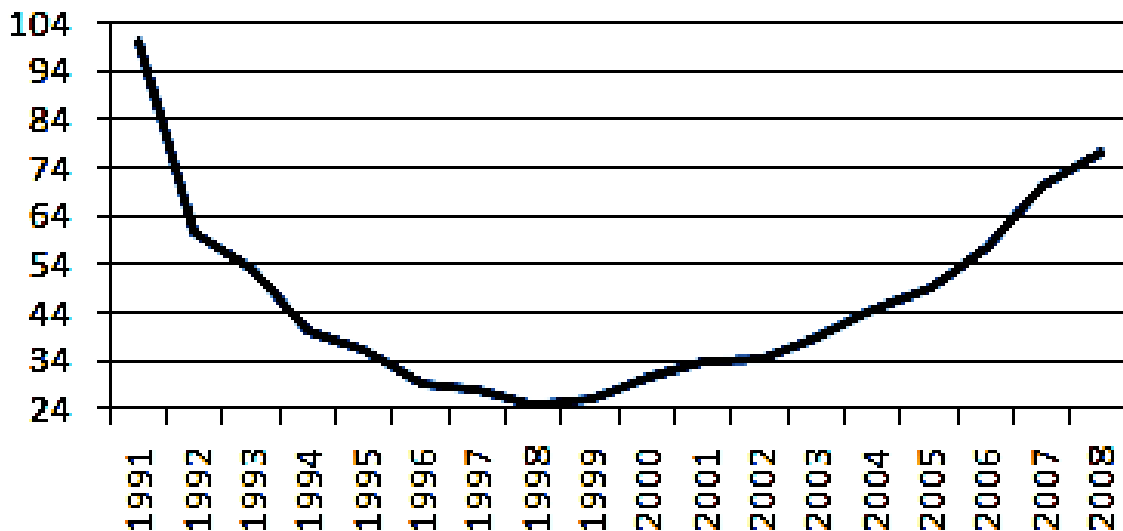


Рис. 1. Индекс физического объема инвестиций в основной капитал в России, в процентах от уровня 1991 года [3]

В 2000-х годах, с укреплением рубля и резким ростом цен на энергоресурсы, Россия стала привлекательным местом для инвесторов, интересующихся нефтегазовой отраслью. В это время были созданы новые условия для внешних инвестиций, а также специальные экономические зоны для привлечения иностранных инвесторов.

Далее благодаря реформам положение стало улучшаться. Специфика роста инвестиций в основной капитал в 2010-2020 гг. показана на рисунке 2.

В 2018 году был пик инвестиций в основной капитал, что составило 105,4% к предыдущему году. Далее в 2020 году показатель снизился, в связи с экономическим кризисом, вызванным пандемией.

На рисунке 3 представлена динамика ВВП и инвестиций в российское производство в 2007-2021 гг.

Говоря о динамике двух ключевых экономических индикаторов – инвестиций и ВВП, – можно отметить, что, с одной стороны, видна гораздо более высокая скорость выхода из кризиса, чем в ходе предшествующих двух рецессий, при этом нынешняя траектория восстановления напоминает очень сжатую букву V, а инвестиции растут уже в течение 9 месяцев, включая первый квартал 2021 года. С другой стороны, в первом квартале 2021 года прирост ВВП после двух кварталов роста, наоборот, опустился в отрицательную зону, составив -0,30% (рис. 4),

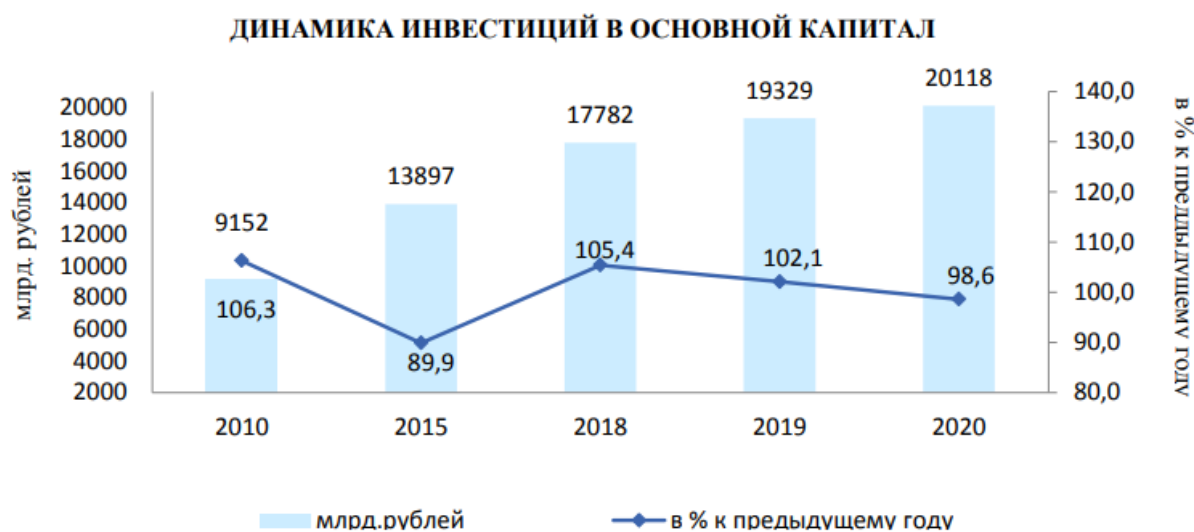


Рис. 2. Динамика инвестиций в основной капитал в 2010-2020 годах [3]



Рис. 3. Динамика ВВП и инвестиций в основной капитал в реальном выражении [3]

Таким образом, на фоне повышательного тренда на многих сырьевых товарных рынках можно говорить хотя и о позитивной в целом, но весьма «вялой» экономической конъюнктуре в российской экономике. Ускорения инвестиционной динамики в соответствии с планами правительства пока не наблюдается, то есть события развиваются инерционно. Говоря это, имеется ввиду то, что достижение целей национального развития России в качестве одного из ключевых ориентиров экономической политики на период до 2030 г. предусматривает увеличение объема инвестиций в основной капитал на 70% по сравнению с 2020 г., то есть прирост в сопоставимых ценах на 5,4% в год. А этот ориентир в 2,5 раза превышает и текущие темпы роста, и среднегодовой прирост в размере 1,9% за 2011–2019 гг. При этом ВВП, если учесть динамику первого квартала, растет неустойчиво.

Инвестиционный климат – область, где проходят процессы инвестирования. Инвестиционный

климат влияет на формирование законодательно-нормативные, организационно-экономические, социально-политические, которые характерны для условий инвестирования в определенную страну, регион или город [4, с. 114].

В последние годы Россия предприняла ряд мероприятий, которые способствуют благоприятному становлению инвестиционного климата. Но сразу же решить комплекс прошлых проблем нелегко. Это в первую очередь связано с несколькими факторами: предприятие не готово эффективно освоить средства из-за низкой квалификации и недостаточного опыта управления персоналом. Вложения в неформальные предприятия инвесторы не решаются в связи с незащищенной собственностью, повышенным риском невозврата инвестиционных средств из-за неграмотного управления, а также отсутствия возможности оценить адекватный уровень зрелости предприятия.

Условия инвестиционный климата каждой страны зависит от сложившегося комплекса политических, финансово-экономических, социально-культурных и правовых условий, которые определяют эффективность инвестиций, также качество инфраструктуры и уровень рисков. Вложения чаще всего осуществляются в зонах, гарантирующих высокую прибыль, устойчивую ликвидность, а также безопасность. Таким образом, если в России происходит спад производства, растет «утечка» российского капитала за рубежом – на сохранность и заработок. Улучшения экономической ситуации приводит к возвращению значительной часть капитала. В этом плане любопытна динамика прямых иностранных инвестиций в Россию, млрд долл. (рисунок 4):



Рис. 4. Динамика прямых иностранных инвестиций в Россию, млрд долл. [6]

По данным Банка России, в 2020 г. прямые иностранные инвестиции снизились в четыре раза, составив 8,6 млрд долл. Из них 7,2 млрд долл. — зарубежные вложения в российские инвестиционные проекты. За последние десять лет меньше всего инвестиций в российскую экономику зарубежные инвесторы вложили в 2015 г., после мирового кризиса и введения экономических санкций в отношении России из-за событий на Украине. Общий объем составил 6,8 млрд долл.

Если объем прямых иностранных инвестиций сократился в четыре раза в 2020 г., то по количеству проектов падение составило 26,1% — до 141 проекта. Это самое маленькое количество проектов с 2013 г. Максимальное количество проектов, которые получили финансы от зарубежных инвесторов, было в 2017 г. — 238 проектов.

Далее интересно рассмотреть структуру стран-инвесторов по количеству проектов в Россию, % (рисунок 5):

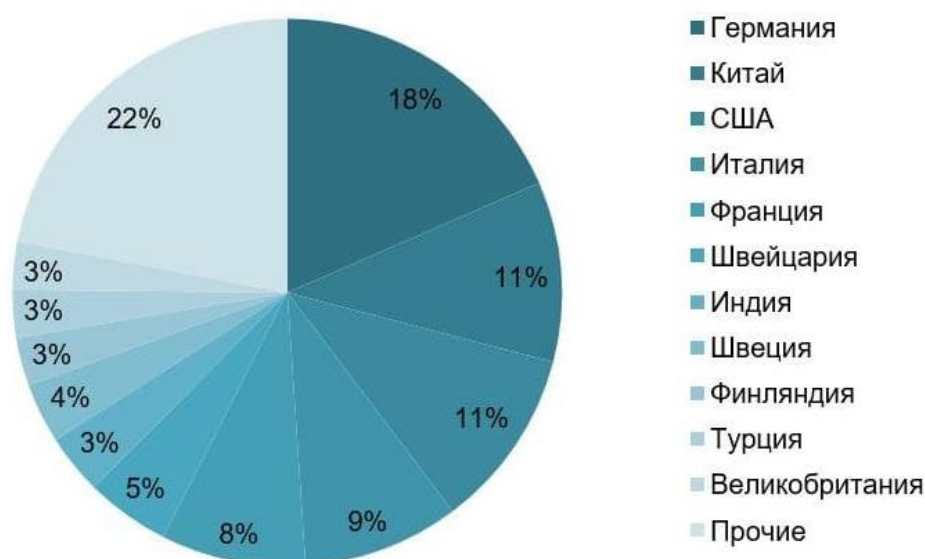


Рис. 5. Структура стран-инвесторов по количеству проектов в Россию, % [6]

Охотнее всего иностранные инвесторы вкладывают свои активы в российский сектор производства — 107 проектов в 2020 г. Российское производство финансируют инвесторы Германии, США, Китая и Италии. Из-за спада деловой активности в 2020 г., инвестиции в маркетинговые проекты сократились на 80%. Многие компании стали меньше ресурсов тратить на рекламу и продвижение. Лидеры среди стран-инвесторов активно финансирующих российские инвестиционные проекты — Германия, Китай и США. В 2020 г. Германия профинансировала 26 российских проектов (против 36 в 2019 г.), в основном из агропродовольственного сектора.

В 2020 г. Китай профинансировал 15 российский проектов, против 22 в 2019 г. Поднебесная активно финансирует российские проекты высокотехнологического сектора: электронику, программное обеспечение и ИТ-услуги. Инвесторы из США и Китая в 2020 г. вложили финансы в 15 российских проектов, против 20 в 2019 г. Также инвесторы из США и Германии вкладывают в российский АПК. Несмотря на снижение количества проектов, объём прямых иностранных инвестиций из США в 2020 г. вырос в 3,3 раза за предыдущие несколько лет. На прямых инвестициях не сказались санкции и сложные геополитические отношения.

Благоприятный инвестиционный климат - это условия, при которых инвесторы успешно могут вкладывать свой капитал в экономику, получая максимальную выгоду от своих инвестиций. Ниже рассмотрены факторы, которые создают благоприятный инвестиционный климат:

1. Политическая стабильность. Инвесторы не любят рисковать, поэтому политическая стабильность является одним из ключевых факторов благоприятного инвестиционного климата.

2. Надежность правовой системы. Инвесторы хотят, чтобы их права были защищены правовой системой. Поэтому наличие надежной и прозрачной системы правосудия особенно важно для привлечения инвестиций.

3. Развитая инфраструктура. Инвесторы хотят работать в местах, где им будет легко и удобно осуществлять свою деятельность. Наличие хорошей развитой инфраструктуры, такой как транспортная, энергетическая, телекоммуникационная инфраструктура, является одним из ключевых факторов благоприятного инвестиционного климата.

4. Наличие квалифицированных кадров. Инвесторы ищут места, где можно найти квалифицированные кадры для работы. Таким образом, наличие квалифицированной рабочей силы является еще одним важным фактором благоприятного инвестиционного климата.

5. Доступность финансовых ресурсов. Наличие надежной банковской системы и доступность финансовых ресурсов также являются неотъемлемыми составляющими благоприятного инвестиционного климата.

6. Низкие налоги и минимальное регулирование. Инвесторы получают меньше дохода, когда налоги слишком высокие. Поэтому низкие налоги и минимальное регулирование считаются важными факторами благоприятного инвестиционного климата.

Неблагоприятный инвестиционный климат возникает, когда существует недостаток определенных условий, которые могут отталкивать инвесторов и создавать риски для инвестиций. Ниже перечислены некоторые из факторов, которые могут создавать неблагоприятный инвестиционный климат:

1. Нестабильная политическая ситуация. Политический кризис или неопределенность в правительственной политике может создать нестабильность в экономике и оттолкнуть потенциальных инвесторов.

2. Отсутствие надежной правовой системы. Инвесторы нуждаются в надежной и прозрачной правовой системе, чтобы защитить свои права и получить обещанную доходность. Неопределенность в правовой системе или отсутствие ее вообще может создавать риск для инвестиций.

3. Отсутствие квалифицированной рабочей силы. Для того чтобы эффективно использовать инвестиции, необходимо иметь квалифицированные кадры. Если квалифицированных рабочих нет, или их недостаточно, это может стать проблемой для инвестирования.

4. Ограничения на валютные операции. Контроль за валютными операциями может создавать сложности для инвестиций, особенно для иностранных инвесторов, которые могут стать жертвой особенно жестких ограничений на движение капитала.

5. Высокие налоги. Высокий уровень налогообложения может сильно снизить доходность инвестиций. Это может оттолкнуть инвесторов и создать неблагоприятный инвестиционный климат.

6. Нестабильность валюты. Нестабильность валюты может создать сложности для инвестирования, особенно для иностранных инвесторов. Сильные колебания валютного курса могут резко изменить доходность инвестиций и создать нестабильность в экономике.

Привлечение иностранных и национальных инвестиций является важным средством ускорения экономического роста в России. Крупные инвестиционные проекты могут стать катализатором развития отдельных регионов и отраслей экономики, создавая новые рабочие места и повышая уровень жизни населения. При этом необходимо выработать серьезную инвестиционную политику, которая будет способствовать привлечению качественных инвестиций. Ключевыми мерами, которые могут помочь привлечению инвестиций, являются:

1. Улучшение инвестиционного климата. При создании благоприятных условий для инвесторов, правительство может привлечь больше инвестиций. Необходимо продолжать реформировать правовую систему, повышать доступность финансовых ресурсов, улучшать инфраструктуру и снижать регулирование.

2. Развитие специализированных экономических зон и технопарков. Создание таких зон может привлечь крупных национальных и международных компаний, которые будут создавать новые рабочие места и инновационные проекты.

3. Увеличение государственных инвестиций в развитие экономики. Государственные инвестиции могут стать важным способом привлечения частных инвестиций. Инвестиции в науку и развитие инфраструктуры могут создавать перспективы для бизнеса и привлекать инвесторов.

4. Международные инвестиционные соглашения. Заключение международных инвестиционных соглашений может создать дополнительные возможности для привлечения инвестиций из других стран и обеспечить защиту прав иностранных инвесторов. [5, с. 211].

Россия нуждается в зарубежных инвестициях для развития экономики и повышения уровня жизни населения. Согласно данным Центрального банка РФ, в 2019 году приток непосредственных зарубежных инвестиций в Россию составил около 23 миллиардов долларов США. При этом по оценкам экспертов, для достижения необходимых темпов экономического роста России, ежегодно необходимо привлекать от 100 до 120 миллиардов долларов США.

В последние годы Россия активно работает над привлечением иностранных инвесторов. При этом ключевыми направлениями привлечения инвестиций являются нефтегазовый и металлургический секторы, производство автомобилей, финансовый сектор, инфраструктурные проекты и технологиче-

ские инновации. Однако, в условиях экономических санкций и нестабильности в мировой экономике, возможности для привлечения инвестиций ограничены. Поэтому, важным направлением для России является снижение рисков и повышение прозрачности инвестиционной среды для привлечения иностранных инвесторов. Также важно продолжить реализацию программы Национальной технологической инициативы (НТИ), которая направлена на развитие новых технологий и инноваций, которые будут привлекать инвестиции в Россию.

Развитие инвестиций в России является одним из приоритетных направлений экономической политики правительства. Для достижения этой цели реализуются различные меры, направленные на привлечение инвестиций как внутри страны, так и из-за рубежа. К примеру, крупные государственные проекты, такие как «Цифровая экономика» и «Национальный проект» призваны стимулировать приток инвестиций в различные отрасли экономики. Также для инвесторов доступны различные инструменты, например, инвестиционные фонды и облигации, которые позволяют получать стабильную доходность. Для привлечения иностранных инвесторов в России создается удобный инвестиционный климат, которые включает в себя упрощение процедуры регистрации бизнеса и получения разрешительной документации, а также снижение налоговых ставок. Несмотря на весьма заметный прогресс в развитии инвестиционной привлекательности России, в этой сфере все еще остается много нерешенных задач и препятствий. В числе главных проблем можно отметить нехватку инфраструктуры, нестабильность рыночной ситуации и низкую конкурентоспособность многих предприятий. Однако правительство намерено продолжать работу над созданием условий для привлечения инвестиций в России с целью стимулировать экономический рост и улучшение жизни граждан.

Список источников

1. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция) — Текст : электронный // Консультант Плюс [сайт]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/ (дата обращения: 25.02.2023).
2. Федеральный закон "Об иностранных инвестициях в Российской Федерации" от 09.07.1999 N 160-ФЗ (последняя редакция) — Текст : электронный // Консультант Плюс [сайт]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16283/ (дата обращения: 25.02.2023).
3. Динамика ВВП и инвестиций в основной капитал.: Федеральная служба государственной статистики — Текст : электронный // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210> (Дата обращения 26.02.2023)
4. Леонтьев, В. Е. Инвестиции : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Е. Леонтьев, В. В. Бочаров, Н. П. Радковская. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 455 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3957-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/48791> (дата обращения: 26.02.2023).
5. Воронцовский, А. В. Управление инвестициями: инвестиции и инвестиционные риски в реальном секторе экономики : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12441-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518787> (дата обращения: 28.02.2023).
6. Динамика прямых иностранных инвестиций в Россию, млрд долл.; Структура стран-инвесторов по количеству проектов в Россию, %: Центральный банк Российской Федерации. — Текст : электронный // Центральный банк Российской Федерации. [сайт]. — URL: <https://cbr.ru/> (Дата обращения 28.02.2023)

© Михайлова К.В., Ядрышникова В.В., 2023

УДК 2964

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

ПАЛЬЧИКОВА ДАРЬЯ ИВАНОВНА,
ПАКЛИНА ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВНА

студенты
ЮРИУ РАНХиГС

Научный руководитель: Гончарова Ольга Юрьевна
доцент
ЮРИУ РАНХиГС

Аннотация: в данной статье поднимается тема государственного регулирования качества и уровня жизни населения, а также проанализирована значимость государства в повышении этих показателей в современных условиях. Так как проблема предоставления населению достойного уровня и качества жизни на сегодняшний день является актуальной, государство должно предпринимать максимально эффективные решения по реализации различных мер поддержки своих жителей. Цель данной работы – выявить направления господдержки по повышению этих двух важных показателей, поскольку высокий уровень и качество жизни демонстрируют уровень развития всей страны в целом.

Ключевые слова: уровень жизни, качество жизни, государство, государственная поддержка, государственное регулирование, благосостояние.

STATE SUPPORT OF THE LEVEL AND QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION AT THE PRESENT STAGE

Palchikova Darya Ivanovna,
Paklina Olga Alekseevna

Scientific adviser: Goncharova Olga Yurevna

Abstract: this article raises the topic of state regulation of the quality and standard of living of the population, and also analyzes the importance of the state in increasing these indicators in modern conditions. Since the problem of providing the population with a decent standard and quality of life is urgent today, the state should take the most effective decisions to implement various measures to support its residents. The purpose of this work is to identify areas of state support to improve these two important indicators, since the high level and quality of life demonstrate the level of development of the whole country as a whole.

Key words: standard of living, quality of life, state, state support, state regulation, welfare.

В современных условиях социально-экономического развития страны особое место занимает проблема повышения качества и уровня жизни населения. Главным критерием, благодаря которому можно оценить результативность деятельности органов государственной власти, является социальный эффект, представляющий собой производство благоприятных условий для жизнедеятельности граждан

на всей территории страны.

Проблема обеспечения достойного уровня и качества жизни населения сегодня относится к числу важнейших вопросов регулирования, волнующих государство. Это объясняется, в первую очередь тем, что благодаря данному критерию можно оценить эффективность принимаемых решений со стороны государственной и муниципальной власти. Часто происходит так, что намерение государства и его органов различается с экономической оценкой, а это в свою очередь приводит к социальной нестабильности общества и неудовлетворенности граждан реализованными управленческими решениями.

Понятие «качество жизни населения» представляет собой социально-экономическую категорию, в состав которой входит комплекс условий состояния окружающей среды человека, его ожидания в удовлетворении политическими, социальными и экономическими аспектами, выраженное в количественном и качественном эквиваленте.

Уровень жизни населения – это индикатор, который характеризует уровень благополучия людей в определенной стране или регионе. Он обычно определяется по совокупности показателей, таких как уровень доходов, доступность жилья, образования, медицинских и социальных услуг, качество окружающей среды, уровень безработицы и другие.

Анализ уровня жизни населения необходим на всех уровнях, на уровне государства и отдельных муниципалитетов. Это способствует формированию и реализации максимально эффективных мер поддержки населения, включающих качественное и своевременное оказание помощи нуждающимся, равномерного распределения доходов, благ и услуг, а также мониторинг государственных социальных программ.

Одной из важнейших общественных проблем государственного масштаба является обеспечение достойного уровня жизни населения, которое определяет уровень развития государства в целом. Поэтому вопросам регулирования государством этого обеспечения уделяется особое внимание, в связи с тем, что:

- Государство – инструмент, обеспечивающий гарантию прав и свобод личности, что законодательно закреплено;
- Государство – база для формирования прогрессивной, развивающейся предпринимательской среды, оказывающей поддержку малому и среднему бизнесу, привлекающей инвестиции, что и является гарантом высокого уровня жизни населения.

Озабоченность государственных и муниципальных служащих падением уровня и качества жизни требует разработки и принятия стратегически важных управленческих решений, распространяющихся на все общество.

Государственное регулирование представляет комплекс мер нормативного, законодательного, исполнительного характера, непосредственно ориентированных на обеспечение развития определенного процесса с целью реализации его в определенном порядке и удовлетворения потребностей граждан. Государственное вмешательство в упорядочивание доходов населения, уровня безработицы и других компонентов, определяющих качество жизни – важная часть развития социального государства.

Государство играет важную роль в повышении уровня жизни населения, поскольку оно может создавать условия, необходимые для обеспечения основных потребностей людей, а также защищать их права и интересы. Например,

- Обеспечение доступа к основным услугам: государство может финансировать различные программы, направленные на обеспечение доступа к качественной медицинской помощи, образованию, жилью, воде, канализации и другим основным услугам.
- Предоставление социальной защиты: государство может предоставлять социальные услуги и финансовую поддержку для тех, кто находится в трудной жизненной ситуации или нуждается в особой заботе. Это может быть достигнуто через программы по социальной помощи, страхования и пенсионного обеспечения.
- Создание рабочих мест: государство может способствовать экономическому росту и созданию новых рабочих мест. Это может быть достигнуто путем поддержки малого и среднего бизнеса, инвестирования в инфраструктуру и технологические инновации.

- Обеспечение жильем: государство может финансировать программы по строительству жилья для малообеспеченных граждан. Также государство может предоставлять субсидии для оплаты жилья.

В связи с социальными и экономическими изменениями, происходящими во все мире, Российской Федерации необходимо задавать новые, ранее не использованные векторы развития. На сегодняшний день темпы роста экономики задают результаты НТП, которые невозможны без человеческого вмешательства. Именно поэтому человеческий капитал – важное, главное национальное богатство, которое убирает на задний план остальные материальные ценности и природные ресурсы. Чтобы создать мощный человеческий капитал, необходима максимально эффективная социальная политика, которая будет способствовать повышению уровня и качества жизни населения, что, в свою очередь, приведет к снижению бедности.

На сегодняшний день, в Указе Президента РФ № 204 от 7 мая 2018 г. отмечается 12 сформулированных нацпроектов, направленных на улучшение социально-экономической ситуации в стране. В данном Указе установлены основные цели и задачи совершенствования РФ на период до 2024 [1].

- Нацпроект «Демография» на 2019-2024 г., представляющий перечень программ, направленных на увеличение продолжительности и качества жизни граждан РФ. Согласно проекту, политика РФ направлена на обеспечение финансовой поддержке малообеспеченных семей. Кроме того, модернизируются центры занятости во многих регионах РФ, благодаря чему у граждан появляется возможность трудоустроиться на вакантную должность, а также пройти курсы повышения квалификации [3].

- Нацпроект здравоохранение на 2019-2024 г. В рамках данного проекта ставятся цели, напрямую связанные с жизненным благосостоянием граждан. Нацпроект направлен на повышение уровня и качества предоставляемых услуг, устранение кадрового дефицита в медицинских учреждениях. Кроме того, разрабатывается методика упрощенной записи на прием к врачу, что позволит гражданам меньше контактировать с больными и тем самым, снижается риск заболеваний [4].

В России также ведется активная работа по развитию сети медицинских учреждений, в том числе строительство новых больниц и клиник, реконструкция и модернизация старых.

- Нацпроект «Образование» призван раскрыть потенциал школьников, при помощи посещения ими различных секций и кружков, которые направлены на реализацию своих интересов и возможностей. В России ведется активная работа по строительству новых школ, университетов и других образовательных учреждений, реконструкция и модернизация старых. Также активно развивается цифровое образование, которое позволяет использовать современные технологии для улучшения качества обучения. В рамках цифрового образования вводятся электронные учебники, онлайн-курсы, интерактивные доски и другие средства обучения [5].

Помимо рассмотренных Нацпроектов есть еще немало других, которые затрагивают основные сферы жизнедеятельности человека. Ниже представлен перечень основных государственных программ в сфере повышения качества жизни населения. (табл.1)

Таблица 1

Госпрограммы в направлении «Новое качество жизни»

Название	Годы реализации	Ответственные
Развитие здравоохранения	2018 – 2024 годы	Минздрав России
Развитие образования	2018 – 2025 годы	Минпросвещения России
Социальная поддержка граждан	2013 – 2024 годы	Минтруд России
Доступная среда	2011 – 2025 годы	Минтруд России
Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации	2018 – 2025 годы	Минстрой России
Содействие занятости населения	2013 – 2024 годы	Минтруд России
Развитие культуры	2013 – 2024 годы	Минкультуры России
Охрана окружающей среды	2012 – 2024 годы	Минприроды России
Развитие физической культуры и спорта	2013 – 2024 годы	Минспорт России
Реализация государственной национальной политики	2017 – 2025 годы	ФАДН России

Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» направлен на повышение уровня и качества жизни граждан и обеспечение благоприятных условий для жизнедеятельности общества. Среди основных целей в Указе отмечены: создание безопасной среды для жизни, улучшение сферы здравоохранения, образования, повышение определенных демографических показателей и т.д. [2].

В целом, рассмотренные направления способствуют повышению уровня и качества жизни населения в России на ближайшие годы. Однако, реализация этих мер будет зависеть от эффективности государственной политики и ее финансовых возможностей.

Необходимо не только декларативно обозначать «громкие» цели и задачи, но и применять на практике действенные методы. Уровень качества жизни населения – этот тот показатель, который говорит о развитости социальной сферы, о высоком уровне жизни и удовлетворенности потребностей людей. Благодаря данному критерию также можно сказать, насколько социально и демократично развито государство. Именно по этой причине органы власти делают все возможное для повышения данного показателя не только нормативно, но и практически.

Список источников

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 N 204 (ред. от 21.07.2020) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» //СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/71937200/>
2. Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» //СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/74404210/>
3. Паспорт национального проекта «Демография» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16) //СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/72158122/>
4. Паспорт национального проекта «Здравоохранение» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 N 16) //СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72085920/>
5. Паспорт национального проекта «Образование» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 N 16) //СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/72192486/>

УДК 656:338.47

ОТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН К КОГНИТИВНЫМ ВОЙНАМ

ВЕКИН МАКСИМ НИКОЛАЕВИЧ

аспирант

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

Аннотация. Россия проводит СВО на территории Украины. Украине поддержку оказывают страны Запада, в том числе в информационном поле, проводя совместно против нас когнитивную войну. Что это такое? В работе кратко рассмотрено понятие «информация», подробно рассмотрены категории «информационная война», «когнитивная война», разобраны примеры использования инструментов информационной войны, намечены пути борьбы с когнитивным воздействием.

Ключевые слова: информация, информационная война, когнитивная война, психология, СМИ.

FROM INFORMATION WARS TO COGNITIVE WARS

Vekin Maxim Nikolaevich

Abstract. Russia is conducting the SMO on the territory of Ukraine. Ukraine is supported by Western countries, including in the information field, conducting a cognitive war against us together. What is it? The article briefly discusses the concept of «information», the categories of «information war» and «cognitive war» are considered in detail, examples of the use of information warfare tools are analyzed, ways to combat cognitive impact are outlined.

Key words: information, information war, cognitive war, psychology, mass media.

Российская Федерация ведет специальную военную операцию на территории Украины. Коллективный Запад помогает Украине материально (вооружением, специалистами), также ведя экономическую войну (санкции против нашей страны). Но этим все не ограничивается, также с нами ведут войну и на информационном поле, проводя так называемые информационные войны. США, имея огромный опыт в таком противостоянии, выводят информационные войны на следующий уровень, развязывая уже когнитивные войны. Таким образом, в настоящей обстановке, нам видится, что чрезвычайно важно рассмотреть подробнее данные понятия и попробовать разобраться, как противостоять вражескому воздействию.

Главным оружием в данных видах войн является информация. Давайте вспомним определение данной категории. Как известно, глобально, существует два основных подхода к понятию информация:

1. Количественный. Информация – сообщение, последовательность некоторых символов, составляющих «код». Чем больше символов в сообщении, тем больше информации содержится в сообщении.

2. Смысловой. Информация – сообщение, снимающее неопределенность, дающее сведения. Чем ценнее сведения, тем больше информации содержит сообщение, вне зависимости от символического объема. Собственно, в рамках данного подхода можно говорить о существовании таких характеристик информации, которые позволяют использовать данный ресурс в качестве оружия в информационных войнах (истинна/ложь, польза/вред и т.д.).

Информационная война (англ. information war) – противостояние сторон на информационном поле боя, попытка донести свою точку зрения, посредством распространения специально подготовленной

информации и противодействия аналогичному внешнему воздействию на себя [1]. Данная категория тесно связана с понятием «пропаганда».

Пропаганда (лат. *propaganda* дословно «распространять») – распространение взглядов, фактов, аргументов, а также слухов, искаженной информации или заведомо ложных сведений с целью формирования нужного общественного мнения и манипулирования общественным сознанием. Пропагандой могут заниматься как государство и государственные органы, в том числе СМИ, так и отдельные группы или личности.

Информационная война ведется параллельно с войнами настоящими. Но если войны имеют особенность затихать, то информационное воздействие носит перманентный характер и не утихает и в мирное время. Ведут информационные войны как напрямую государственные органы (органы власти, государственные СМИ), так и привлеченные общества или физические лица (частные СМИ, блоггеры).

Рассмотрим инструменты информационных войн, с актуальными примерами:

1. Представление правдивой информации в выгодном для себя ключе. В данном случае берется реальный факт, но преподносится таким образом, чтобы навредить вражеской стороне. Российская армия 14 января наносит ракетные удары по объектам энергетики, оборонной промышленности, военного управления и связи по всей Украине. Одна из ракет попадает в жилой дом в Днепропетровске. Украинские СМИ тут же заявляют, что это намеренный удар, «террористическая атака». На самом же деле, ракету, которая разрушила подъезд многоэтажки в Днепропетровске, сбила украинская система ПВО [2].

2. Дезинформация. Заведомо ложная информация, призванная запутать вражескую сторону, очернить врага, вызвать ужас в рядах противника, успокоить своих граждан и т.д. Например, по украинским СМИ неоднократно проходили новости о том, что солдаты российской армии воруют на Украине унитазы, бытовую технику и т.д. Все это выкладывается с таким посылом, мол «российские военные – какие-то дикари, которые не видели до недавнего времени цивилизации и тащат все, что не прибито к полу». При этом, утверждается, что в украденной бытовой технике, в том числе, есть электронные компоненты («чипы»), которые российский ВПК будет использовать для ремонта поврежденного вооружения [3].

3. Кибератаки. Воздействие на информационную систему с целью повредить ее, получить доступ или ограничить доступ врага, собрать конфиденциальные данные. В прошлом году сайт российского видеохостинга RuTube был атакован и некоторое время был недоступен. Как сообщалось, в том числе, была повреждена часть исходного кода сервиса. Позже, украинский министр цифровой трансформации сообщил, что за атакой стояли украинские хакеры [4].

То, что мы рассмотрели выше, происходит, как было указано, постоянно, без «перемирий». Постоянно враждующие СМИ искажают информацию, «вбрасывают фейки», хакеры атакуют информационные системы друг друга. Это данность, в которой мы живем. Наибольший опыт и успех в этих действиях имеют страны Запада, в частности США. США же вывели информационные войны на следующий уровень и сейчас проводят когнитивные войны. Что это такое?

Когнитивная война (*cognitive war*) – это воздействие, с помощью инструментов информационной войны, на высший уровень мышления человека, его смыслы и ценности, предопределяющие поведение [5]. Другими словами, это попытка не просто донести какую-то точку зрения, но заставить противника думать определенным образом, «забраться к нему в голову». При успешном проведении когнитивная война формирует и влияет на индивидуальные и групповые убеждения и поведение в пользу тактических или стратегических целей агрессора. Как это работает?

Современный человек получает информацию из 4 источников (рисунок 1). Когда человек получает из большинства источников одинаковую информацию, он более охотно верит ей, даже если информация носит сомнительный характер. Таким образом, средства информационной войны действуют более успешно (искаженная информация, фейки). Но чего добивается агрессор этими инструментами? Общество сажают на «информационные качели». Т.е. через все каналы связи публику «накачивают» поочередно сверхпозитивными, а затем сверхнегативными сообщениями. Таким образом, общество «сводят с ума», а с такими гражданами можно «делать что угодно», «проталкивая» разные сомнитель-

ными инициативы. Например, как на Украине, сплотить общество около действующей власти, ведь «на страну напали варвары-мародеры, которые убивают мирных граждан и воруют все, что плохо лежит» (вспоминаем разобранные выше примеры).

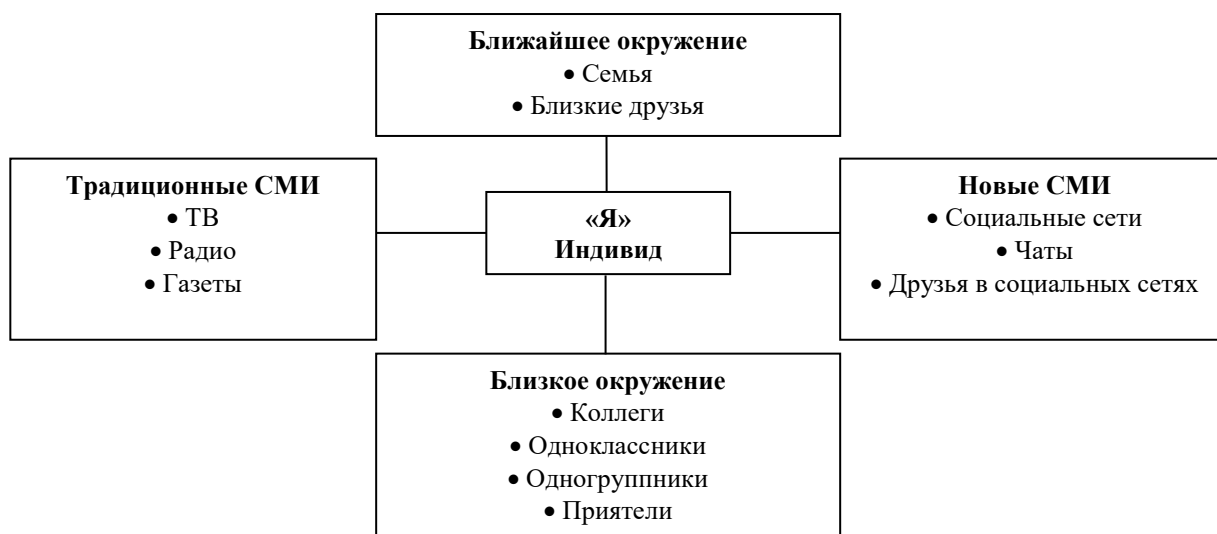


Рис. 1. Пути получения информации человеком

Конечно, ведение когнитивных войн тесно связано с развитием технологий. Без современных социальных сетей и видеохостингов таких результатов добиться было бы сложно. Как же противостоять данному воздействию? Есть два ключевых момента:

1. Необходимо развивать свои интернет-площадки. Как ни странно, западные площадки (соцсети и YouTube) работают на вражескую пропаганду. Донести на этих платформах пророссийскую повестку практически невозможно, каналы сторонников России блокируются, либо выводятся из выдачи. Т.о., приходим к выводу, что необходимо «довести до ума» отечественные площадки, а вражеские придется блокировать.

2. Поддержка пророссийски настроенных авторов. Необходимо создать свою мощную систему агитации и пропаганды, которая сможет донести, в первую очередь, до молодежи, нашу идеологию, наши идеи и ценности. При этом, такая система должна использовать только правду, без лжи и фейков, чтобы выгодно отличаться от вражеской стороны.

Стоит отметить, что такие понятия как информационная и когнитивная война являются относительно новыми. Теоретический базис по данным категориям еще формируется, но противодействовать данному воздействию необходимо уже сейчас. На основании этого приходим к выводу, что стоит более пристально изучать данный феномен как один из аспектов современной социально-политической действительности. От того, сможем ли мы успешно бороться с когнитивными воздействиями, в том числе, зависит выживание нашего государства.

Список источников

1. Сулейманова Ш.С. Информационные войны: история и современность: Учебное пособие. / Ш.С. Сулейманова, Е.А. Назарова. – М.: «Этносоциум», 2017. – 124 с.
2. В офисе Зеленского признали роковую ошибку ВСУ в Днепре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://lenta.ru/news/2023/01/15/arostovich/> (08.05.2023)
3. Зачем солдату стиралка? Как из российских военнослужащих делают грабителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://aif.ru/politics/world/zachem_soldatu_stiralka_kak_iz_rossijskih_voennosluzhashchih_delayut_grabitele_y (08.05.2023)

4. В Киеве заявили, что RuTube 9 мая атаковали украинские хакеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/12/2022/63a2e5eb9a7947fbf1145524 (08.05.2023)

5. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. / Г. Почепцов. – Харьков: «Фолио», 2019. – 390 с.

© М.Н. Векин, 2023

УДК 65.016.4

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА

ГАЛЕЕВ ЭДУАРД ЕВГЕНЬЕВИЧ

аспирант,
научно-образовательный центр АО «Северо-Западный региональный центр
Концерн ВКО «Алмаз-Антей» - Обуховский завод»

Аннотация. Отсутствие четких границ между интегрированными корпоративными структурами (ИКС), возможность отнесения одного и того же производства к разным видам ИКС выявило необходимость проведения кластеризации ИКС.

В статье осуществлена комплексная оценка ИКС, произведена их кластеризация с использованием метода «ближайшего соседа».

Предложенная модель представления ИКС в виде параметрического описания по признакам, позволяет классифицировать ИКС способом группирования по степени их сходства в 15-мерном признаковом пространстве.

Ключевые слова: интегрированные корпоративные структуры, кластерный анализ.

METHODOLOGICAL APPROACH TO CLASSIFICATION OF INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES USING CLUSTER ANALYSIS

Galeev Eduard Evgenievich

Annotation. The lack of clear boundaries between integrated corporate structures (ICS), the possibility of attributing the same production to different types of ICS revealed the need for clustering of ICS.

In the article, a comprehensive assessment of the ICS was carried out, their clustering was performed using the "nearest neighbor" method.

The proposed model of the representation of ICS in the form of a parametric description by features allows classifying ICS by grouping according to the degree of their similarity in a 15-dimensional feature space.

Key words: integrated corporate structures, cluster analysis.

Введение

Объединения промышленных предприятий, торговых фирм, банков, страховых компаний, пенсионных и инвестиционных фондов, крупных финансово-промышленных групп составляют основу высокоэффективной экономики ведущих стран и мирового хозяйства в целом.

Создание и развитие крупных корпоративных объединений и связанная с этим задача стратегических изменений в их структуре, приводит к необходимости разработать понятийный аппарат признаков ИКС и их формализации. Учет особенностей различных видов ИКС при выборе путей стратегического развития требует разработки и использования специальной научной классификации ИКС. На первом этапе была проведена комплексная оценка ИКС, в которой было предложено использовать

признаки, характеризующие принадлежность к той или иной ИКС. При этом оценивались основные процессы деятельности ИКС. Наличие комплексных оценок ИКС и их упорядочение позволило осуществить формирование групп ИКС, отвечающих исходным требованиям.

Результатом следующего этапа исследования стала классификация, систематизирующая основные виды ИКС на основе использования признаков, отражающих тип, форму, степень связи при интеграции предприятий.

Отсутствие четких границ между ИКС, возможность отнесения одного и того же производства к разным видам ИКС выявило необходимость проведения кластеризации ИКС.

Сущность интегрированной корпоративной структуры

Объединения промышленных предприятий, торговых фирм, банков, страховых компаний, пенсионных и инвестиционных фондов, крупных финансово-промышленных групп составляют основу высокоэффективной экономики ведущих стран и мирового хозяйства в целом.

Устойчивое развитие ИКС связано с решением ряда задач стратегических изменений в структуре производства, выхода ИКС на новые рынки сбыта продукции. Выбор путей стратегического развития ИКС строится на основе учета объективных особенностей различных видов ИКС. Учет особенностей различных видов ИКС при выборе путей стратегического развития требует разработки и использования специальной научной классификации ИКС. В современной экономической литературе представлены различные определения понятий «интегрированная корпоративная структура» [1]. Можно отметить, что им в той или иной мере присущи следующие признаки:

- юридическое лицо, от имени, которого функционирует бизнес (определенный юридический статус);
- правовое (институциональное) разграничение функций собственности и управления;
- коллегиальное принятие решений собственниками и наемными управляющими;
- имущественная обособленность, организационное единство.

Определение ИКС в интерпретации Храбровой И.А. [2] основано на учете специфики российских условий и предполагает выделение группы юридических лиц, образующих самостоятельный хозяйствующий субъект на основе имущественных связей, по своей сути корпоративную структуру. Необходимо отметить, что выделяются два класса корпоративных объединений:

- корпоративные структуры, в основе которых лежат договорные отношения между ее участниками («мягкая» форма корпоративных отношений);
- корпоративные структуры, в основе которых находится консолидация активов (имущественные связи), представляют собой «жесткую» форму корпоративных отношений.

В условиях современной российской правовой среды под данный подход попадают российские акционерные общества, имеющие обособленные юридически или хозяйственно самостоятельные подразделения. Это означает, что соответствующие современные российские акционерные общества (АО) можно рассматривать в качестве ИКС.

Таким образом, сущность ИКС выражается в единстве следующих свойств и отношений: это форма организации предпринимательской деятельности, предусматривающая долевое управление.

В российской теории и практике [2, 3] под ИКС чаще всего понимают объединение организаций (предприятий) различной организационно-правовой формы и сфер деятельности: промышленной, коммерческой, научно-технической, маркетинговой, средств массовой информации и др.

Обобщая результаты рассмотрения основных определений понятия «интегрированная корпоративная структура, примем следующую трактовку этого понятия: интегрированная корпоративная структура – это система юридически или хозяйственно самостоятельных предприятий (организаций), осуществляющих совместную деятельность на основе консолидации активов или договорных (контрактных) отношений для достижения общих целей [1].

В мировой практике сложились следующие формы интеграции компаний:

- стратегические альянсы;
- консорциумы;
- картели;

- синдикаты;
 - ассоциации;
 - конгломераты;
 - тресты;
 - концерны;
 - холдинги;
 - промышленные кластеры;
 - экосистемы;
- а в России дополнительно:
- госкорпорации;
 - госкомпании;
 - научно-производственные объединения.

Предложения по формализованному описанию ИКС

Обязательными элементами комплексной оценки ИКС являются признаки, характеризующие принадлежность к той или иной ИКС. При этом оцениваются важнейшие процессы деятельности ИКС. Наличие комплексных оценок ИКС и их упорядочение позволяют осуществлять анализ внутренней среды, оценку и планирование результатов реструктуризации и реформирования. Итогом процедуры комплексной оценки исследуемых характеристик является определение группы ИКС, отвечающих исходным требованиям.

В результате глубокого анализа современной экономической литературы [1-4] выявлена необходимость упорядочить и сгруппировать признаки, характеризующие любую ИКС. Для этого впервые предлагается формализовать признаки, характеризующие принадлежность к ИКС. Сформирована совокупность 15 признаков, описывающих разные сферы деятельности ИКС, каждый признак характеризуется наличием 5 конкретных параметров (табл. 1), описанных в рамках нечеткой Байесовской классификации [5].

Для анализа и последующей кластеризации ИКС предлагается формализовать описание каждого вида ИКС следующим образом: каждому параметру присвоено числовое значение от 1 до 5. Данные представляют собой переведенные в числовую форму выбранные варианты параметров на каждый из 15 признаков. Числовые значения параметров приведены в на рисунке 1. Таким образом, мы получаем возможность представить каждую ИКС как 15-мерный вектор, элементами которого являются численные значения параметров:

$$A_{(15)}^{(i)} = \langle 1, 2, \dots, i \rangle \tag{1}$$

Таблица 1

Признаки, характеризующие принадлежность к ИКС

№ п/п	Признаки	Параметры, характеризующие признаки				
		1	2	3	4	5
1	Степень централизации производства в ИКС	Полная производственная самостоятельность предприятий ИКС	Предприятия сохраняют свою производственную самостоятельность, за исключением определенной части деятельности, которая связана с достижением конкретных целей	Предприятия финансово самостоятельные, но существует косвенное производственной деятельности подразделений со стороны стоящей во главе ИКС управленческой структуры	Предприятия имеют производственные подразделения, но общая производственная политика определяется централизовано головным производственным департаментом	Централизованное управление производственными мощностями предприятий ИКС

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Признаки	Параметры, характеризующие признаки				
		1	2	3	4	5
2	Степень централизации маркетинговой и сбытовой политики в ИКС	Полная самостоятельность маркетинговой и сбытовой политики предприятий ИКС	Предприятия сохраняют свою коммерческую самостоятельность, за исключением определенной части деятельности, которая связана с достижением конкретных целей	Предприятия коммерчески самостоятельные, но существует косвенное регулирование коммерческой деятельности подразделений со стороны стоящей во главе ИКС управленческой структуры	Предприятия имеют коммерческие службы, но общая маркетинговая политика определяется централизовано головным коммерческим департаментом	Единый орган управления маркетинговой и сбытовой политикой
3	Степень централизации управления финансами в ИКС	Полная финансовая самостоятельность предприятий ИКС	Предприятия сохраняют свою финансово-экономическую самостоятельность, за исключением определенной части деятельности, которая связана с достижением конкретных целей	Предприятия финансово самостоятельные, но существует косвенное регулирование финансово-экономической деятельности подразделений со стороны стоящей во главе ИКС управленческой структуры	Предприятия имеют финансово-экономические службы, но общая финансовая политика определяется централизовано головным финансово-экономическим департаментом	Предприятия финансово несамостоятельные, существует единый орган управления экономикой и финансами
4	Степень централизации процесса учета в ИКС	Свой учет у каждого предприятия ИКС	Свой учет у каждого предприятия ИКС, за исключением учета определенной части деятельности, которая связана с достижением конкретных целей;	Свой учет у каждого предприятия, но существует косвенное регулирование учета со стороны стоящей во главе ИКС управленческой структуры	Свой учет у каждого предприятия, но общие правила устанавливает головная структура	Единая система учета в ИКС
5	Степень централизации процессов бизнес планирования в ИКС	Свой учет у каждого предприятия ИКС	Своя система бизнес планирования у каждого предприятия ИКС, за исключением бизнес планирования определенной части деятельности, которая связана с достижением конкретных целей;	Своя система бизнес планирования у каждого предприятия, но существует косвенное регулирование бизнес-планирования со стороны стоящей во главе ИКС управленческой структуры	Своя система бизнес планирования у каждого предприятия, но общие правила устанавливает головная структура	Единая система бизнес планирования в ИКС

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Признаки	Параметры, характеризующие признаки				
		1	2	3	4	5
6	Степень юридической самостоятельности объединяемых компаний	Полная потеря юридической самостоятельности	Образование отдельного юридического лица для достижения конкретных целей	Образование отдельного юридического лица на временной основе	Номинальная юридическая самостоятельность	Сохранение юридической самостоятельности
7	Наличие производственной общности объединяемых компаний	Отсутствие производственной общности	Производственная общность не является обязательной	Незначительная производственная общность	Значительная производственная общность	Наличие производственной общности
8	Степень объединения хозяйственной деятельности	Самостоятельная хозяйственная деятельность	Объединение хозяйственной деятельности для достижения конкретных целей	Объединение хозяйственной деятельности на временной основе	Своя хозяйственная деятельность у каждого предприятия, но общие управление ведет головная структура	Единое хозяйственное управление
9	Географический охват объединяемых компаний	Транснациональные	Межгосударственные	Национальные	Отраслевые	Региональные
10	Возможность разработки КД на продукцию, проведение НИР и ОКР	Полное отсутствие соответствующих служб и технических возможностей	Возможность использования аутсорсинга соответствующих служб, но отсутствие технических возможностей (испытательного оборудования, помещений)	Наличие соответствующих служб, но отсутствие технических возможностей (испытательного оборудования, помещений)	Наличие соответствующих служб имеется возможность использование технических возможностей (испытательного оборудования, помещений) по аутсорсингу	Наличие соответствующих служб и технических возможностей
11	Полнота жизненного цикла продукции	Только продажа	Производство и продажа	Производство, продажа, эксплуатация, утилизация	Проектирование, производство, продажа, эксплуатация, утилизация	Научные исследования, проектирование, производство, продажа, эксплуатация, утилизация
12	Степень единства представления и интерпретации данных в процессах информационного обмена между участниками	Единая информационная среда отсутствует	Объединение части процессов в единой информационной среде для достижения конкретных целей	Объединение части процессов в единой информационной среде на временной основе	Своя информационная среда у каждого предприятия, но общее управление ведется в единой информационной среде	Единая информационная среда

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Признаки	Параметры, характеризующие признаки				
		1	2	3	4	5
13	Степень предметной и технологической однородности изготавливаемой продукции	Неоднородность изготавливаемой продукции	Однородность изготавливаемой продукции при выполнении конкретных целей	Однородность изготавливаемой продукции на временной основе	Однородность изготавливаемой продукции до 80%	Однородность изготавливаемой продукции
14	Степень государственного регулирования корпорации	Государственное регулирование отсутствует	Государственное регулирование для достижения конкретных целей	Государственное регулирование на временной основе	Государственное регулирование основных процессов	Полное государственное регулирование
15	Степень возможности участия иностранного капитала в корпорации	Иностранный капитал отсутствует	Незначительная доля иностранного капитала, меньше 10%	Умеренная доля иностранного капитала от 10 до 30 %	Значительная доля иностранного капитала от 30 до 50%	Контрольный пакет акций может быть у иностранного капитала

Будем полагать, введенное таким образом 15-мерное векторное пространство евклидовым и определим на нем расстояние между объектами – исследуемыми ИКС как

$$d_{ij} = \sqrt{(x_{1i} - x_{1j})^2 + (x_{2i} - x_{2j})^2 + \dots + (x_{ki} - x_{kj})^2}, \quad (2)$$

где x_{ab} – значение a -го параметра характеризующего признак по b -й ИКС, что позволяет представить предприятия как точки в n -мерном пространстве с заданной на нем евклидовой метрикой [6].

В соответствии с указанным выражением построим матрицу расстояний между объектами – исследуемыми ИКС (табл. 2).

В таблице 2 ИКС обозначены следующими образом: 1 – Трест, 2 – Концерн, 3 – НПО, 4 – Госкорпорация, 5 – Синдикат, 6 – Картель, 7 – Конгломерат, 8 – Холдинг, 9 – Производственный кластер, 10 – Экосистема, 11 – Стратегический альянс, 12 – Консорциум, 13 – Ассоциация.

Таблица 2

Матрица расстояний между исследуемыми ИКС со значением d_{ij}

ИКС	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	0	3,46	3,46	9,22	10,91	10,68	9,43	9,00	9,85	10,10	9,90	9,59	11,75
2		0	3,46	7,42	9,75	9,49	8,31	7,55	8,31	8,49	8,72	7,62	10,86
3			0	8,77	12,37	11,92	9,75	9,33	9,54	10,86	10,95	9,38	12,49
4				0	7,87	7,00	5,29	3,46	4,90	7,28	5,92	1,73	8,31
5					0	2,24	8,00	6,16	8,72	7,42	3,87	7,14	7,14
6						0	7,28	5,39	7,81	7,48	3,16	6,16	6,63
7							0	5,48	2,00	5,74	5,20	5,74	6,08
8								0	5,48	6,24	4,12	3,00	7,55
9									0	6,08	5,92	5,39	6,71
10										0	5,83	6,93	8,72
11											0	5,48	5,10
12												0	8,60
13													0

Задача кластеризации заключается в разбиении заданного множества объектов на группы (кластеры) в определенном смысле однородных объектов, при этом предполагается, что данные внутри групп схожи между собой, а схожесть данных, принадлежащих различным группам, мала. Инструментом исследования в статье является метод ближайших соседей [7], идея которого может быть реализована для различных типов данных.

В результате задачу кластерного анализа можно сформулировать следующим образом. Имеется множество объектов – ИКС, описываемых фиксированным набором параметров $x^{(1)}, \dots, x^{(k)}$. Таким образом, в k -мерном пространстве параметров X каждому объекту соответствует точка $x = (x^{(1)}, \dots, x^{(k)})$. Требуется разбить множество исследуемых объектов на m наиболее похожих групп, причем сходные объекты должны иметь близкие значения соответствующих параметров.

Введем дополнительное условие для отнесения той или иной ИКС к кластеру: расстояние d_{ij} между объектами не должно превышать 4,0 по евклидовой метрике. Из матрицы расстояний (табл. 1) ищем наименьшее расстояние между объектами. Это расстояние d_{65} равно 2,24 по евклидовой метрике (табл. 1) – расстояние между «синдикатом» и «картелем». Объединяем их в один кластер. При формировании новой матрицы расстояний, выбираем наименьшее значение из расстояний к объектам «картель» и «синдикат». Это расстояние d_{116} равно 3,16 между «картелем» и «стратегическим альянсом». Также объединяем их в один кластер. По такому же алгоритму ищем наименьшие расстояния между другими ИКС. Объединяем ИКС в кластеры и выделяем их цветами (рис. 1).

В результате кластеризации можно сгруппировать 4 группы кластеров.

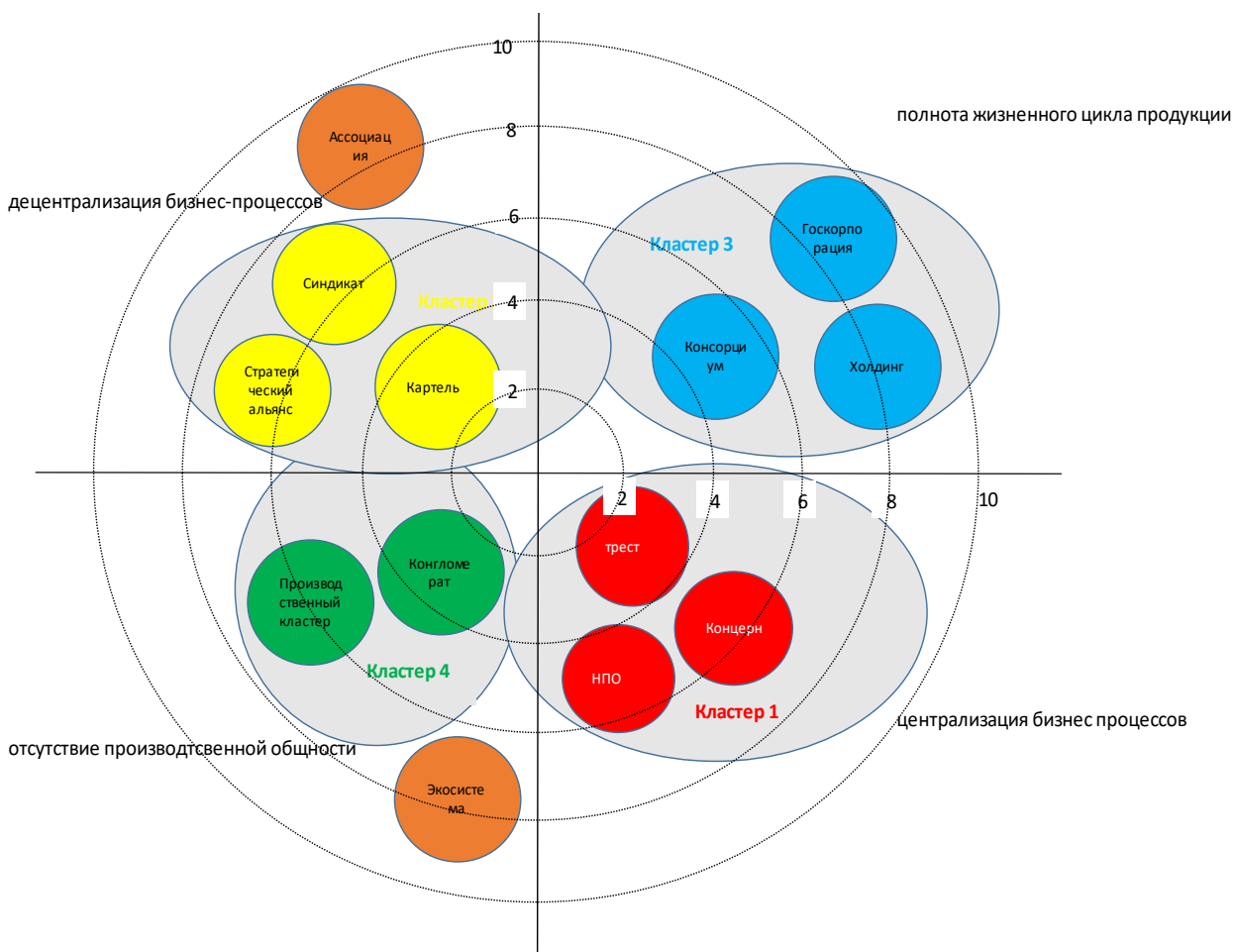


Рис. 1. Визуализация результатов кластерного анализа

Для двумерной иллюстрации результатов кластерного анализа разместим все 13 рассматриваемых ИКС в виде кружков соответствующего цвета в полярной системе координат, выделив в ней четы-

ре квадранта с наиболее ярко выраженными свойствами ИКС: два – по степени централизации бизнес-процессов: с ее жесткой централизацией либо децентрализацией; отсутствию производственной общности; полнотой жизненного цикла продукции. Расстояния между центрами кружков соответствуют (пропорциональны) вычисленным расстояниям между ИКС внутри кластера (табл. 1).

Заключение

В результате проведенного автором исследования:

- рассмотрены основные виды ИКС;
- предложены признаки, характеризующие принадлежность к той или иной ИКС;
- предложена модель представления ИКС в виде параметрического описания по 15 признакам с 5 градациями каждого; при этом каждая градация представляет собой описание аспекта на естественном языке, то есть в терминах нечеткой логики;
- предложен методический подход к классификации ИКС способом группирования по степени их сходства в 15-мерном признаковом пространстве, выполненное в виде кластерного анализа методом ближайшего соседа.

Результатом проведенной кластеризации стало разбиение 13 ИКС на четыре кластера (группы) по 2-3 структуры, а также не включение ни в один из кластеров таких структур как Ассоциация и Экосистема.

В кластер №1 попали ИКС, характеризующиеся как самые «жесткие» формы, в основе их образования, функционирования и развития лежат тенденции концентрации управления и централизация капитала и основных бизнес-процессов [2]. При формализации признаков, характеризующие принадлежность к ИКС, параметры, характеризующие признаки этих ИКС имеют наивысшие значения.

В кластер №2 входят самые «мягкие» формы ИКС, характеризующиеся, как правило, максимальной самостоятельностью и значительной децентрализацией основных бизнес-процессов, входящих в данные ИКС предприятий и обладающими параметрами с наименьшими значениями.

В кластере №3 находятся ИКС, характеризующиеся высоким уровнем диверсификации, имеющие в своем составе большое количество разнообразных предприятий, что позволяет данным ИКС иметь максимальную длину жизненного цикла производимой продукции – от разработки до утилизации.

В кластер №4 попали ИКС, имеющие в своем составе предприятия, характеризующиеся отсутствием технологического, целевого единства и решающие задачи инновационного развития регионов и страны в целом.

Такие ИКС как «Экосистема» и «Ассоциация», хоть и близки по евклидовой метрике к кластерам 2 и 4, но не попадают в них, так как обладают максимально отличающимися параметрами.

Выводы:

1. Проведенный кластерный анализ с определением признаков и параметров, отличающих сформировавшиеся кластеры друг от друга, ориентирован на оптимизацию понятийного аппарата и логику определения принадлежности предприятия к той или иной ИКС, что позволит в дальнейшем при появлении новой, пока еще не существующей ИКС более точно отнести ее к тому или иному кластеру. Как пример – это появление такой ИКС как экосистема;

2. Выполненное исследование ограничено выборкой из наиболее востребованных 13 ИКС. Углубляя в дальнейшем исследование параметров, присущих той или иной ИКС, необходимо провести факторный анализ экономической эффективности их функционирования, что будет являться следующим этапом научных исследований;

3. В результате проведенной визуализации результатов кластерного анализа максимально снижена расплывчатость в принадлежности ИКС к тому или иному кластеру, увеличилась информативность.

Список источников

1. Интегрированная корпоративная структура оборонно-промышленного комплекса: понятие и классификация / Ливчин С.В., Цветцых А.В. // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2017. – № 4. – С. 5–10.
2. Храброва И.А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. Аффилированные лица, организационное проектирование, интеграционная динамика. – М.: Альпина, 2000. – 198 с.
3. Развитие интегрированных корпоративных структур в России / Винслав Ю., Дементьев В., Мелентьев А. и др. // Российский экономический журнал. – 1998. – № 11-12. – С. 7–15.
4. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. – СПб: АНО ИПЭВ, 2009. – 336с.
5. Модель нечеткого байесовского классификатора для обработки информации/ Певнева А.Г., Обухов А.В., Зимовец А.И. // Современные наукоемкие технологии. – 2021 – № 12. – С. 78–83.
6. Олдендерфер М.С., Блэшфилд Р.К. Кластерный анализ / Факторный, дискриминантный и кластерный анализ: пер. с англ.; Под. ред. И.С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 215 с.
7. Мандель И.Д. Кластерный анализ. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 176 с.

16+

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 мая 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 16.05.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 10,2

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru