

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



# **ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

**СБОРНИК СТАТЕЙ X МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,  
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 ИЮНЯ 2023 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА  
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»  
2023**

УДК 001.1  
ББК 60  
Э40

Ответственный редактор:  
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ:** сборник статей X Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 192 с.

ISBN 978-5-00173-869-5

Настоящий сборник составлен по материалам X Международной научно-практической конференции **«ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ»**, состоявшейся 5 июня 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 978-5-00173-869-5

### Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

### *Состав редакционной коллегии и организационного комитета:*

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

**Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор  
**Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, профессор  
**Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор  
**Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор  
**Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор  
**Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук  
**Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент  
**Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор  
**Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент  
**Оробец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент  
**Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент  
**Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор  
**Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор  
**Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент  
**Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b> .....	8
СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ВВП» И «ВНП» АБСАЛЯМОВА АВГУСТИНА АЛЬБЕРТОВНА, КЛАБУКОВА ИННА СЕРГЕЕВНА, САФИКАНОВА ЖАСМИН ФАНИЛЕВНА, ФАЙЗУЛЛИНА ИЛЬМИРА ИЛЬГИЗОВНА.....	9
<b>МЕНЕДЖМЕНТ</b> .....	12
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫПУСКАЮЩЕГО ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ СОЕДИНИТЕЛИ КОШЕНКОВА ИРИНА СЕРГЕЕВНА, ЕФИМОВА ГАЛИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА, БОРБАЦЬ НИКОЛАЙ МИХАЙЛОВИЧ.....	13
РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ЧЕРЕЗ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА. СИСТЕМА ГРЕЙДОВ И МОТИВАЦИЯ МАРЬИН РОСТИСЛАВ СЕРГЕЕВИЧ, БУТЯЕВА ВАЛЕНТИНА БОРИСОВНА.....	17
РОЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДОСТИЖЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УСПЕХА ГНИЛИЦКИЙ АНДРЕЙ ВИКТОРОВИЧ .....	21
РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ЖЕРНАКОВА ОКСАНА КОНСТАНТИНОВНА.....	24
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «ХІАОМІ» ХУ АНЬЯН.....	27
СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ «ХІАОМІ» ХУ АНЬЯН .....	30
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ КОМПАНИИ «VIVO» ВАН ЮН.....	32
АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ КОМПАНИИ «VIVO» ВАН ЮН.....	35
АНАЛИЗ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ВАН ЮН.....	39
ПУТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИИ «VIVO» ВАН ЮН.....	42
АНАЛИЗ УСПЕШНО РЕАЛИЗОВАННЫХ СТРАТЕГИЙ (НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОГО КЛАСТЕРА САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ) ЧЕРНОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА .....	44

ЦИФРОВИЗАЦИЯ УРАНОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ТОО «СП «ИНКАЙ» КОШКЕНОВА МЕРГЕН АБАЕВИЧ, СЕМЕНОВА ДАРЬЯ ЮРЬЕВНА.....	48
УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ МЕРГЕНЕВА КРИСТИНА ДМИТРИЕВНА .....	52
<b>МАРКЕТИНГ .....</b>	<b>55</b>
МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ ОТТОКА КЛИЕНТОВ С ЦЕЛЬЮ ИХ УДЕРЖАНИЯ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ ИВАНЮК НАТАЛЬЯ АНАТОЛЬЕВНА .....	56
ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА: РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИЕЙ БАТТАЛОВ Д.Р., ГУСЕЙНОВ Т.Д., ГОЛОВАНОВ Е.В. ....	62
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ РЕКЛАМ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИВАНОВ ДЕНИС.....	67
СОСТОЯНИЕ РЫНКА РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ БОБРОВА ЯРОСЛАВА МАРКОВНА, САРЖИНСКАЯ МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА .....	70
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ .....</b>	<b>75</b>
РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ ГОДОРОЖА ВИКТОРИЯ ИВАНОВНА .....	76
АНАЛИЗ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЧЕТНОЙ ПАЛАТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ АЛФЕРОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА .....	80
<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ .....</b>	<b>84</b>
THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE ORGANIZATION IN MODERN CONDITIONS ДМИТРИЕВА ИРИНА МИХАЙЛОВНА .....	85
<b>НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>88</b>
АНАЛИЗ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ ПО ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ АВДЕЕВА АЛЕКСАНДРА ЮРЬЕВНА.....	89
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.....</b>	<b>92</b>
МИРОВОЙ РЫНОК БИЗНЕС-УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ СЕКАЧЕВА АЛЛА БОРИСОВНА.....	93
<b>РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....</b>	<b>97</b>
РАЗВИТИЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В ТРАНСПОРТНЫХ КОРИДОРАХ ВЬЕТНАМА ТОНГ ХОНГ ФИ.....	98

ПРИОРИТЕТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛЕСНОГО ФОНДА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2022 ГОД ШАЙМУХАМЕТОВА АЛЁНА ИЛЬДАРОВНА.....	104
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПЕРИНА ПОЛИНА ИГОРЕВНА.....	107
АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ БРУСНИЦЫНА ДИАНА ВЛАДИМИРОВНА.....	111
ВАЖНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ НАСТАВНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ ТРИФОНОВ НИКОЛАЙ АНАТОЛЬЕВИЧ.....	115
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФЕДЕРАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КЛЕНОВОГО СИРОПА КВЕБЕКА КАК ПРИМЕР ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТОВАРА НА МИРОВОМ РЫНКЕ МЕЖАКОВ ДАНИЛА ДЕНИСОВИЧ.....	119
ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙ, ПРОЖИВАЮЩИХ В ГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН КАЗИБЕКОВА НАИДА АЛИКУЛИЕВНА, ИСМИЕВА ЗАМИРА МУЪМИНОВНА.....	122
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН КАЗИБЕКОВ ИСЛАМ МУЪМИНОВИЧ.....	126
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КУШВА АНТЫШЕВ МАТВЕЙ АНТОНОВИЧ.....	131
СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ: ПОИСК ПУТЕЙ РЕШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ БЕЛЯЕВ В.В., БОРОУХИН Д.С., КУЗНЕЦОВ Г.В., ПОДБУРТНЫЙ М.А. ....	135
<b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....</b>	<b>138</b>
НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ, БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ ДАЛАКОВ ИБРАГИМ АХМЕТОВИЧ.....	139
АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ ДЕНИСОВА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА.....	141
КОНЦЕПЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА, ПОНОМАРЁВА ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА.....	144
<b>СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....</b>	<b>147</b>
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА, ГОРОШНИКОВА ЕВГЕНИЯ ВИКТОРОВНА.....	148
<b>ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....</b>	<b>151</b>
МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭДО ПЫДЫК СВЕТЛАНА РУСЛАНОВНА, СУХОВИЧ МАРИЯ СЕРГЕЕВНА.....	152

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СЭД: САНКЦИОННАЯ УЯЗВИМОСТЬ И ПОДДЕРЖКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОСИНА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА, ПЕТРОВА АНАСТАСИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА .....	156
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ</b> .....	160
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕМЕНЕНКО КИРИЛЛ СЕРГЕЕВИЧ, РОМАНОВ НИКОЛАЙ ВЛАДИМИРОВИЧ, АЛ-АББУДИ МОХАЙМИН НАДХИР ЖАСИМ .....	161
<b>ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	167
КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА С УЧЕТОМ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ ЛЕВШУК ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ, ПЕТРОВА АННА ВИКТОРОВНА .....	168
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ</b> .....	172
ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ ИВАНОВА КСЕНИЯ НИКОЛАЕВНА, ЛЕБЕДЕВ НИКИТА АНДРЕЕВИЧ .....	173
ЛЕЧЕНИЕ ОСТЕОАРТРОЗА У СОБАК: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЖУКОВА АЛЕКСАНДРА АЛЕКСАНДРОВНА, ЛИСЕЙКИНА ОЛЬГА ВИТАЛЬЕВНА .....	177
СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БАКЛАНОВА МАРИЯ БОРИСОВНА .....	181
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ</b> .....	184
ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ФУНКЦИИ ФАН ТХИ НЬУАН .....	185
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ</b> .....	188
ЯЗЫК ЖЕСТОВ И ЕГО ИССЛЕДОВАНИЕ В ЛИНГВИСТИКЕ ГАДЖИЕВ ЮСИФ .....	189

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ



УДК 330.55

# СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ВВП» И «ВНП»

АБСАЛЯМОВА АВГУСТИНА АЛЬБЕРТОВНА,  
КЛАБУКОВА ИННА СЕРГЕЕВНА,  
САФИКАНОВА ЖАСМИН ФАНИЛЕВНА,  
ФАЙЗУЛЛИНА ИЛЬМИРА ИЛЬГИЗОВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»,  
г. Салават, Россия

*Научный руководитель: Кочеткова Светлана Фаритовна*

*к.э.н., доцент*

*ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»,  
г. Салават, Россия*

**Аннотация:** статья посвящена исследованию различий между двумя понятиями - валовым внутренним продуктом (ВВП) и валовым национальным продуктом (ВНП). Авторы рассматривают их основные определения, а также дает анализ применения данных показателей в экономике.

**Ключевые слова:** ВВП, ВНП, экономика, макроэкономика, национальный доход, чистый доход относительно иностранных стран, национальная экономика, ВВП на душу населения, ВНП на душу населения.

## THE RATIO OF THE CONCEPTS OF "GDP" and "GNP"

Absalyamova Augustina Albertovna,  
Klabukova Inna Sergeevna,  
Safikanova Jasmine Fanilevna,  
Fayzullina Ilmira Ilgizovna

*Scientific adviser: Kochetkova Svetlana Faritovna*

**Annotation:** the article is devoted to the study of the differences between two concepts - gross domestic product (GDP) and gross national product (GNP). The authors examine their main definitions, and also gives an analysis of the application of these indicators in the economy.

**Key words:** GDP, GNP, economy, macroeconomics, national income, net income relative to foreign countries, national economy, GDP per capita, GNP per capita.

ВВП и ВНП – два понятия, которые часто упоминаются в экономических дискуссиях и отражаются в статистических показателях многих стран. Однако, не все знают, что их отличия и для чего они используются.

ВВП (валовый внутренний продукт) – показатель экономического развития страны, который вычисляется путем суммирования стоимости всех конечных товаров и услуг, произведенных внутри ее границ за конкретный промежуток времени, как правило, за год. Одним из основных критериев является место производства нетбуть произведены иностранными компаниями, работающими внутри страны. ВВП отражает объем производства и национальный доход страны.

ВНП (валовый национальный продукт) – показатель, суммирующий все стоимости конечных то-

варов и услуг, которые производятся национальными производителями соответствующей страны, независимо от места производства, за определенный период времени. ВВП также отражает национальный доход, но учитывает не только доходы, полученные на территории страны, но и доходы, полученные за ее пределами.

Расчет ВВП производится за год. Однако, даже небольшие производства, принадлежащие иностранным компаниям, продукты, которые выпускаются этими компаниями, будут входить в ВВП той страны, в которой располагается данная организация [1].

Выделяют 2 типа ВВП:

- номинальный — стоимость всех произведённых обществом конечных товаров и услуг за конкретный период времени и выраженный в текущих ценах;

- реальный — сумма конечных стоимостей всей произведённой в стране продукции, выраженная в реальных ценах периода, который выбран в качестве базового.

Кроме того, ВВП делят также и по территориальному признаку:

- страновой - показатель ВВП в конкретной стране.

- мировой - совокупность всей произведенной продукции в мире [2].

Номинальным ВВП будут являться произведенные товары и услуги за год, которые были рассчитаны по рыночным ценам. Однако, если из стоимости был произведен вычет прироста цены по причине инфляции, данный ВВП называется реальным.

Валовой национальный продукт (далее – ВВП) — показатель экономического развития страны, отражающий стоимость всех конечных товаров и услуг, которые произведены гражданами только данной страны, как внутри её границ, так и за пределами страны, в течение одного года. Он включает в себя вклад отечественных компаний за границей и вычитает вклад иностранных компаний внутри страны.

ВВП — это стоимость тех товаров, которые производятся компаниями и гражданами государства на территории не только своей страны, но и за рубежом. При этом, в отличие от некоторых других экономических показателей, ВВП не учитывает стоимость товаров, которые приобретаются для последующего использования их в производстве других товаров или услуг. [1].

Два критерия, по которым ВВП и ВВП схожи:

- учет стоимости конечных продуктов;

- расчет показателей только за определенный временной промежуток.

Отличия:

- ВВП включает в себе стоимость товаров и услуг, которые производятся на территории страны, даже учитывая продукты иностранных производств;

- ВВП же учитывает стоимость всех товаров и услуг, производимых предприятиями этой страны как на своей территории, так и за рубежом.

Показатель валового продукта отражает «стоимость» всех конечных товаров и услуг, произведенных компаниями и гражданами на территории страны за один год. Определение характера динамики экономики идет за счет сравнения показателей ВВП за разные периоды: показатель растет – значит хорошее состояние экономики, если падает – это предвестник кризиса в стране.

Структурой валового продукта называется разделение ВВП по отраслям.

Росстат занимается подсчетом валового продукта в России. Работники службы публикуют показатель за квартал, а также и годовой результат.

Существуют три основных метода расчета, которым пользуется Росстат: 1) метод доходов основывается на подсчете всех возможных источников дохода граждан и юридических лиц в стране, включая прибыль и налоги; 2) метод расходов учитывает модернизацию производства, государственные расходы и разницу между импортом и экспортом; 3) метод добавленной стоимости основывается на подсчете разницы между производством товаров и услуг в целом по стране и промежуточным потреблением.

При подсчете ВВП Росстат не включает доходы, которые не связаны с производством:

-социальных пособий и льгот;

- сделками с ценными бумагами;
- благотворительностью;
- переводов между физлицами;
- доходов от перепродажи б/у товаров.

При подсчете ВВП в России не учитывается теневая экономика, так как ее сложно отследить и контролировать. Однако, ее доля может достигать значительных размеров. Например, если вы сдаете квартиру в аренду и не платите налоги с этого дохода, то эта сумма не будет учитываться при расчете ВВП. В то время, если вы уплачиваете налоги, то доход будет учтен в ВВП. Теневая экономика России может составлять от 15% до 20% от ВВП в зависимости от оценки. В 2022 году номинальный объем ВВП России составил 151 455,6 млрд рублей. Изменение с прошлого года составило 97,9%, а индекс-дефлятор – 114,3%.

Для оценки экономического развития страны и ее продуктивности используются оба показателя. Однако, при сравнении ВВП и ВНП для разных стран, необходимо учитывать валютную разницу и национальный доход на душу населения. Например, если страна имеет низкий ВНП, но высокий ВВП, это может свидетельствовать о том, что в стране работают много иностранных компаний, но в целом экономика страны не сильно развита.

В целом, соотношение ВВП и ВНП важно для понимания экономического состояния страны и ее продуктивности, но при их сравнении необходимо учитывать множество факторов. Также, не следует забывать, что ВВП и ВНП – это всего лишь цифры, которые не отражают все проблемы страны и не учитывают социальные и экологические последствия экономического роста.

### Список источников

- 1 Что такое ВВП и ВНП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://skysmart.ru/articles/obshestvoznanie/cto-takoe-vvp-i-vnp> (05.04.2023)
- 2 Что такое ВВП и почему по его значению нельзя говорить об экономике в целом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10974865> (05.04.2023)
- 3 Понятие о ВВП и ВНП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://foxford.ru/wiki/obschestvoznanie/ponyatie-o-vvp-i-vnp> (05.04.2023)
- 4 Росстат представляет первую оценку ВВП за 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/198546#:~:text=Номинальный%20объем%20ВВП%20в%202022,дефлятор%20–%20114%2C3%25>. (06.04.2023)

© А.А. Абсалямова, И.С. Клубукова,  
Ж.Ф. Сафиканова, И.И. Файзуллина, 2023

# МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 658.5

# УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫПУСКАЮЩЕГО ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ СОЕДИНИТЕЛИ

КОШЕНКОВА ИРИНА СЕРГЕЕВНА,

магистрант

ЕФИМОВА ГАЛИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА,

БОРБАЦЬ НИКОЛАЙ МИХАЙЛОВИЧ

к.т.н., доценты

ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет»

**Аннотация:** В статье рассмотрена процедура управления рисками и возможностями на примере предприятия, выпускающего электрические соединители, которая включает определение и идентификацию, анализ и сравнительную оценку неуправляемых и управляемых факторов риска, а также разработку карты действий в отношении рисков и возможностей.

**Ключевые слова:** фактор риска, мероприятия по реагированию, приемлемость риска, решение по фактору риска, карта действий.

## RISK AND OPPORTUNITY MANAGEMENT FOR AN ENTERPRISE PRODUCING ELECTRICAL CONNECTORS

Koshenkova Irina Sergeevna,  
Efimova Galina Vyacheslavovna,  
Borbats Nikolay Mikhailovich

**Abstract:** The article discusses the risk and opportunity management procedure on the example of an enterprise that produces electrical connectors, which includes the definition and identification, analysis and comparative assessment of unmanaged and managed risk factors, as well as the development of an action map regarding risks and opportunities.

**Key words:** risk factor, response measures, risk acceptability, risk factor decision, action map.

Управление рисками и возможностями является обязательным требованием при внедрении системы менеджмента качества по ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [1]. Предприятию, выпускающему продукцию для государственного оборонного заказа в современных условиях необходимо соответствовать требованиям последней версии национального стандарта ГОСТ РВ 0015-002-2020 [2, 3], так же содержащему требования к управлению рисками и возможностями. В интересах любой организации, внедряющей сразу несколько систем менеджмента, оптимизировать процессы, идентичные для каждой из них. Для разрешения вопросов, связанных с дублированием мероприятий в рамках обособленных систем менеджмента, в настоящее время ведутся разработки, особенно относительно менеджмента рисков и возможностей [4]. При производстве продукции для оборонного заказа также необходимо интегрировать требования этих двух стандартов применительно к конкретному предприятию, что и являлось задачей данной работы.

На первом этапе определим и оценим потенциальные факторы риска предприятия. На исследуемом предприятии предложено разграничить управляемые и неуправляемые факторы риска, проанализировать их причины, источники, тяжесть прогнозируемых последствий и вероятность возможности возникновения.

Неуправляемые факторы риска для предприятия – это факторы, которые обусловлены причинами, не связанными непосредственно с деятельностью самого предприятия, которые возникают за пределами предприятия и на которые организация не имеет влияния.

Управляемые факторы риска – это факторы, появление которых обусловлено или порождается деятельностью самого предприятия и его персонала, то есть на которые организация может повлиять.

Идентифицируем перечень неуправляемых источников риска (табл. 1) по форме реестра рисков и возможностей предприятия, выпускающего электрические соединители. Приемлемость рисков определяется исходя из сравнительной оценки (табл. 2).

Таблица 1

### Определение и идентификация неуправляемых факторов риска (фрагмент)

№ п/п	Фактор риска	Причины риска	Источник риска	Прогнозируемое последствие	Возможность возникновения риска
1	Непредвиденные действия государственных органов				
1.1	Изменения нормативно-правовой базы	Обновление системы законодательства	Органы гос. власти	Увеличение расходов для поддержания соответствия работ	Вероятность риска незначительная
2	Разработка и внедрение конкурентами новых технологий и способов организации труда и производства				
2.1	Изменение цен на электрические соединители конкурентами	Уменьшение себестоимости изготовления деталей	Главный конкурент	Снижение спроса на продукцию	Вероятность риска значительная

Таблица 2

### Анализ и сравнительная оценка неуправляемых факторов риска (фрагмент)

№ п/п	Фактор риска	Оценка влияния последствия возникновения риска	Вероятность возникновения риска	Приемлемость риска	Решение по фактору риска
1	2	3	4	5	6
1.1	Изменения нормативно-правовой базы	2	1	2	Принять без обработки
2.1	Изменение цен на электрические соединители конкурентами	2	3	6	Разработать мероприятия по реагированию на данный риск

Рассмотрим решения по неуправляемым факторам риска:

– по 2.1 – разработать мероприятия с целью снижения риска, отразить в карте действий в отношении рисков и возможностей;

– по 1.1 – риск принять, продолжать его мониторинг, осуществлять пересмотр по результатам мониторинга.

Определен перечень управляемых источников риска (табл. 3) и проведена сравнительная оценка (табл. 4).

Таблица 3

**Определение и идентификация управляемых факторов риска (фрагмент)**

№ п/п	Фактор риска	Причины риска	Источник риска	Прогнозируемое последствие	Возможность возникновения риска
1	Персонал организации				
1.1	Высокая текучесть кадров	Недовольство работников условиями труда	Отдел кадров	Нехватка сотрудников с высшим образованием	Вероятность риска значительная
2	Организация процесса производства				
2.1	Изменение объемов производства	Нехватка производственных мощностей	Производство	Снижение производительности труда	Вероятность риска незначительная

Таблица 4

**Анализ и сравнительная оценка управляемых факторов риска**

№ п/п	Фактор риска	Оценка влияния последствия возникновения риска	Вероятность возникновения риска	Приемлемость риска	Решение по фактору риска
1	2	3	4	5	6
1	Высокая текучесть кадров	3	3	9	Разработать мероприятия по реагированию на данный риск
2	Изменение объемов производства	1	1	1	Принять без обработки

Принятые решения по идентифицированным управляемым факторам риска процесса:

– по 1.1 – разработать мероприятия и отразить в карте действий в отношении рисков и возможностей.

– по 2.1 – риск принять, продолжать его мониторинг.

Далее оформляется карта действий в отношении рисков и возможностей для предприятия, выпускающего электрические соединители, в нее входят корректирующие действия для неуправляемых и управляемых источников риска.

Например, для неуправляемых факторов риска «Изменение цен на электрические соединители главными конкурентами» разработаны мероприятия по реагированию:

- провести анализ себестоимости изготовления изделия;
- реализовать рекомендации по снижению себестоимости.

Для управляемых факторов риска «Высокая текучесть кадров» разработаны мероприятия по реагированию:

- провести анализ причин высокой текучести квалифицированных кадров;
- согласовать рекомендации с заместителем ген. директора, направить в службу менеджмента качества;
- включить рекомендации ОК в план улучшения (совершенствования) СМК на 2024 год.

Для разработанных мероприятий следует проводить мониторинг и фиксировать результаты в карте действий в отношении рисков и возможностей.

**Список источников**

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования – Москва: Стандартинформ, 2020. – 32 с.

2. ГОСТ РВ 0015-002-2020 Система разработки и постановки на производство военной техники. Система менеджмента качества. Общие требования // М.: Стандартинформ, 2021 – 71 с.

3. Обзор изменений в ГОСТ РВ 0015–002–2020. Часть 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://dzen.ru/media/id/> (01.05.2023).

4. Мирошников В.В., Борбаць Н.М., Ефимова Г.В. Совместное управление возможностями и рисками процессов в СМК //Компетентность. – 2017. – № 7 (148). С. 40-45.

© И.С. Кошенкова, Г.В. Ефимова, Н.М. Борбаць, 2023



УДК 005.95

# РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ЧЕРЕЗ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА. СИСТЕМА ГРЕЙДОВ И МОТИВАЦИЯ

МАРЬИН РОСТИСЛАВ СЕРГЕЕВИЧ,  
БУТЯЕВА ВАЛЕНТИНА БОРИСОВНА

магистранты

ФГБОУ ВО «Санкт Петербургский государственный экономический университет»

**Аннотация:** Описаны основные подходы к мотивации персонала в туристской индустрии, рассмотрена система грейдов, дана оценка целесообразности использования грейдов на предприятиях индустрии туризма.

**Ключевые слова:** туризм, предприятия, мотивация персонала, грейд, система грейдов.

DEVELOPMENT OF STAFF POTENTIAL OF TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES THROUGH  
INCREASING THE LEVEL OF STAFF MOTIVATION. GRADE SYSTEM AND MOTIVATION.

Marin Rostislav Sergeevich,  
Butyaeva Valentina Borisovna

**Abstract:** In the article are described the main approaches to staff motivation in the tourism industry, the system of grades is considered, and the expediency of using grades at enterprises in the tourism industry is assessed.

**Key words:** tourism, enterprises, staff motivation, grade, grade system.

Привлечение квалифицированных сотрудников, а также удержание и развитие имеющихся кадров, создание благоприятного микроклимата в коллективе и общая работа на благо компании – это, пожалуй, одни из важнейших задач каждой организации. Эта тенденция характерна и для предприятий туристской индустрии.

Специфика индустрии туризма заключается в интенсивном использовании человеческих ресурсов. Для предприятий крайне важно раскрывать потенциал своих сотрудников, быть конкурентоспособной компанией на рынке труда. Поэтому вопрос мотивации персонала нуждается в детальном рассмотрении, так как она играет такую же важную роль, как и, например, конкретные навыки, способности и опыт работы сотрудника.

Наиболее распространена, конечно, мотивация, которая базируется на «закрытии» финансового вопроса. И на то есть основания. В условиях рыночной экономики при организации или реформировании системы стимулирования компании важно максимально учесть интересы предприятия и работника. По данным международной рейтинговой компании Hays за 2019 год при выборе работодателя для по-

тенциальных кандидатов значимость материальных бонусов распределяется следующим образом:

- конкурентная заработная плата -96%;
- хороший бонусный пакет – 72%;
- возможность обучения за счет работодателя – 54 %.

Таким образом, размер вознаграждения за работу имеет приоритетное значение для большинства респондентов. Но в индустрии туризма также сильно развиты и нематериальные формы стимулирования.

Размер зарплаты в принципе играет важную роль при выборе места работы, принятии решения об увольнении или, напротив, продолжении трудовой деятельности в фирме. Однако, на сегодняшний день деньги не являются беспроигрышным вариантом стимулирования персонала. Они выступают источником мотивации в одних случаях и отбивают мотивацию в других. Чтобы материальное стимулирование работало успешно, необходимо принимать во внимание следующие факторы:

- размер заработной платы должен восприниматься сотрудником обоснованным;
- взаимосвязь объема и результата проделанной работы и зарплаты должна быть видимой для персонала.

Кроме того, оплата труда считается важным показателем в обществе, определяющим статус сотрудников в своих социальных группах, подкрепляющим успехи в карьере, а в некоторых случаях своего рода якорем, удерживающим сотрудника на нелюбимой работе.

В индустрии туризма, для выполнения вышеперечисленных условий, активно применяются гибкие системы оплаты труда. Наиболее распространенные представлены ниже:

- комиссионные – применяется при оплате деятельности менеджеров по продажам, в частности, в турфирме при продаже туров. Сотрудник получает заранее установленный процент от суммы, заплаченной клиентом за тур. Зачастую комиссионные являются большей частью зарплаты;
- выплаты за выполнение поставленных целей – премиальная часть, выплачивается за выполнение установленного плана;
- индивидуальное вознаграждение – выплата конкретному сотруднику за владение специфическим навыком, время работы в фирме – в турфирмах снижает текучесть.

Кроме оклада и премии, материальное стимулирование состоит из пенсий, оплачиваемого обучения, льготного кредитования, оплачиваемого отдыха, дополнительных больничных отчислений. В частности, сотрудникам турфирм может быть предложен один из туров компании на популярный курорт. Предприятиям необходимо четко определять основные принципы компенсационной политики.

На Западе в работе различных организаций хорошо зарекомендовала себя система грейдов. Грейд в переводе с английского означает «классификация», «упорядочение». Система была разработана в середине 20 века для государственных структур. В современной России этот метод применяется в основном в крупных и средних компаниях, хотя, он актуален и в работе небольших фирм, в частности в туристской отрасли, так как целью построения системы грейдов является справедливая оценка труда каждого сотрудника, а это важно в любом бизнесе, особенно в средних и малых компаниях, где перекосы в системе стимулирования особенно видны и чувствительны. Если вектор интересов организации и сотрудника совпадают, можно рассчитывать на взаимовыгодное долгосрочное сотрудничество. А это, в свою очередь экономит средства бизнеса, и повышает уверенность в завтрашнем дне для работника.

Грейдирование подразумевает начисление заработной платы с учетом квалификации и трудовых функций, то есть максимально унифицирует подход к оплате труда, и таким образом убирает личностное отношение и способствует наиболее справедливому распределению и объективной оценке. Внедрение системы грейдирования требует больших временных затрат на разработку, процесс достаточно трудоемкий. При переходе на эту системы должности выстраиваются в иерархическую цепь: для каждой подбирается индивидуальная вилка оплаты труда, социальный пакет, бонусы. Сотрудник начинает получать заработную плату с учетом трудозатрат, тяжести труда, ответственности за использование денежных средств, вредность работы и так далее.

Система подразумевает широкую линейку критериев, включающую следующие показатели должности:

- управление;
- коммуникации;
- ответственность;
- самостоятельность;
- цена ошибки.

Грейдинг допускает пересечение частей двух ближайших грейдов, создавая потенциальную возможность для сотрудника низшего грейда иметь более высокий должностной оклад благодаря более высокому профессионализму. Структура грейдов построена на весе должности и подсчитывается в баллах. Должности, в свою очередь, размещаются по принципу важности для компании. На первом этапе проводят анализ всех должностей. Затем документирование, оцениваются должности выстраивается иерархия должностей. Методы оценки должностей направлены на уменьшение субъективности в определении веса должности в организации. При оценке используется здравый смысл и предполагается, что должность занимает полностью компетентный человек. Баллы, полученные при оценке должностей, не определяют напрямую уровень оплаты, но являются основой для распределения должностей по разрядам. При выплатах в рамках грейдов устанавливается диапазоны. То есть работник может получать средний, низший или высший размер оклада в зависимости от факторов.

Несмотря на действенность материального стимулирования, сегодня наблюдается смещение ориентира на создание и внедрение нематериальных мотивационных систем. В них главенствующая роль отводится социальным потребностям сотрудников, таким как:

- вовлечение в процесс работы;
- благоприятный микроклимат в коллективе;
- профессиональный и личностный рост.

Туризм имеет серьезный потенциал для развития чувства удовлетворенности своим трудом у персонала. Сотрудники находятся в тесном контакте с руководителями, активно работают с клиентами, получая возможность творчески подходить к решению поставленных задач, имеют пространство для самостоятельного принятия решений. Эти условия способны привлечь большее количество квалифицированных кадров в отрасль.

Широко представленные на рынке методы нематериального стимулирования описаны ниже:

- гибкий график – простая мера, которая значительно повышает удовлетворенность трудом. Определение количества рабочих дней и их последовательности происходит совместно с сотрудником, открывая возможности для трудоустройства, например, студентам дневного отделения, желающим поскорее начать получать «полевой» опыт в сфере туризма, а также позволяя компании легче переживать свойственную индустрии сезонность. Гибкий график распространен и в турфирмах, и в отелях, и в ресторанах, являясь своеобразным маркером индустрии туризма в целом;

- демонстрация важности и ценности индивидуальных достижений – зачастую стенд «Лучший сотрудник месяца», или аналогичные номинации. Введение неформальных званий, а также раздача символических призов, например билетов на культурно-познавательное мероприятие, улучшает микроклимат в коллективе, вносит элемент дружеского состязания и демонстрирует важность даже небольших достижений для компании;

- развитие корпоративной культуры – мероприятия, направленные на сплочение коллектива, развивающие умение видеть друг в друге не только сотрудников, но и людей со своим мнением и потребностями;

- видимые гарантии профессионального и личностного роста – развитие горизонтальной мобильности в организации, возможность пробовать новую деятельность, чтобы «найти себя», определение и развитие сильных сторон сотрудника и рост уровня осведомленности о компании в целом, что приводит к лучшему пониманию процессов. Взаимосвязь объема и результата проделанной работы и зарплаты должна быть видимой для персонала;

- делегирование полномочий – передача части полномочий руководителя сотруднику или группе сотрудников. Это в первую очередь демонстрация доверия со стороны руководства, веры в сотрудников и их будущий рост.

Мотивация является основным фактором, влияющим на эффективность организации и развитие ее персонала. Мотивированный сотрудник внимательно относится к целям, которые необходимо достичь, эффективно использует возможности компании. Большинство топ-менеджеров осознают, что позитивная мотивация ведет к повышению производительности. Это связано с тем, что мотивация повышает готовность персонала к работе на благо фирмы. Работники, которые выполняют свои обязанности с энтузиазмом, неизменно двигают компанию вперед, расширяют набор своих компетенций и вместе с фирмой способствуют развитию индустрии.

#### **Список источников**

1. Десслер Г. Управление персоналом / Г.Десслер; - Москва : Лаборатория знаний, 2004. - 799 с.
2. Кныш О.В. Управление оплатой труда. Разработка системы грейдов / О.В.Кныш; - ЛитРес, 2019. - 60 с.
3. Кови С.Р. 7 навыков высокоэффективных людей / С.Р.Кови; - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 400 с.
4. Чемяков В.П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом / В.П.Чемяков; - Москва : Вершина, 2007. - 208 с.
5. Hays [Электронный ресурс] / Режим доступа <https://www.haysplc.com>, свободный. - Загл. с экрана. - яз. англ.

УДК 658.51

# РОЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДОСТИЖЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УСПЕХА

**ГНИЛИЦКИЙ АНДРЕЙ ВИКТОРОВИЧ**

студент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

*Научный руководитель: Кондрачук Ольга Евгеньевна**старший преподаватель**ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»*

**Аннотация:** цель данной статьи – исследовать роль эффективного менеджмента в достижении успеха организации. В работе рассматриваются ключевые аспекты менеджмента, включая стратегическое планирование, лидерство, мотивацию и коммуникацию.

**Ключевые слова:** Менеджмент, стратегическое планирование, лидерство, мотивация и управление персоналом, коммуникация.

## THE ROLE OF EFFICIENT MANAGEMENT IN ACHIEVING ORGANIZATIONAL SUCCESS

**Gnilitskiy Andrey Victorovich***Scientific adviser: Kondrachuk Olga Evgenievna*

**Annotation:** The purpose of this article is to explore the role of effective management in achieving organizational success. The paper deals with key aspects of management, including strategic planning, leadership, motivation and communication.

**Keywords:** Management, strategic planning, leadership, motivation and personnel management, communication.

Менеджмент играет важную роль в управлении организацией и достижении ее целей. В современном быстро меняющемся бизнес-окружении, эффективный менеджмент становится критическим фактором успеха. В данной статье мы рассмотрим несколько ключевых аспектов менеджмента и его влияние на организационный успех.

### 1. Стратегическое планирование:

Стратегическое планирование является ключевой составляющей в эффективном менеджменте. Успешная стратегия помогает организации достигать поставленных целей и задач, определять приоритеты и расставлять их в различных сферах деятельности.

Одним из основных преимуществ стратегического планирования является возможность опережающего прогнозирования трендов и изменений на рынке, что позволяет организации адаптироваться к рыночной ситуации и развиваться в соответствии со своей миссией и целями. Без стратегии организация становится уязвимой к конкуренции и рискует не смочь пережить изменения в экономическом и социальном окружении.

Еще одно преимущество стратегического планирования состоит в том, что оно помогает создать единую целевую карту для всей организации. Каждый менеджер и сотрудник участвует в разработке и реализации стратегии, что укрепляет единство и способствует более эффективному сотрудничеству.

Кроме того, стратегическое планирование обеспечивает структурирование производственных, финансовых и операционных планов, что позволяет организации нацелиться на определенные задачи и достичь лучших результатов.

#### 2. Лидерство:

В современном бизнес-мире, где конкуренция только усиливается, лидерство является одним из ключевых факторов успеха. Лидер — это не просто управленец, но и человек, обладающий навыками вдохновения, мотивации и руководства своей командой к достижению общих целей.

Лидер должен обладать навыками коммуникации и мотивации, чтобы убедить сотрудников следовать его руководству. Его цель - создать атмосферу доверия и понимания в коллективе, чтобы каждый член команды мог рассчитывать на поддержку и взаимопонимание. Лидер также должен быть готов к тому, что он может ошибаться и должен быть готов знать свои слабые стороны. Он должен быть готов учиться на своих ошибках и улучшать свои навыки.

#### 3. Мотивация и управление персоналом:

В современном мире управление персоналом является одним из ключевых элементов эффективного менеджмента. Однако, чтобы достичь успеха в этой области, необходимо понимать, что мотивация является неотъемлемой частью управления персоналом.

Мотивация — это процесс, который воздействует на действия и поведение работников. Она является важным фактором, который позволяет достичь целей и обеспечить успех в бизнесе. Хорошо мотивированный персонал работает более эффективно, продуктивно и достигает поставленных целей лучше, чем менее мотивированный.

Однако, не всегда просто мотивировать персонал. Каждый человек уникален и обладает своими особенностями, интересами и потребностями. Поэтому менеджеры должны использовать различные методы мотивации, чтобы убедить своих сотрудников работать эффективнее.

Один из основных методов мотивации является материальное поощрение. Это может быть увеличение зарплаты, выплата бонусов или других премий за достижение поставленных целей. Но не всегда денежные стимулы являются наиболее эффективными. Некоторые люди больше ценят другие виды поощрения, такие как возможность карьерного роста или участие в интересных проектах.

#### 4. Коммуникация:

Коммуникация играет важную роль в менеджменте. Хорошо развитая коммуникационная система помогает передавать информацию, обеспечивать ясность целей и задач, а также создавать эффективные рабочие отношения. Открытая и прозрачная коммуникация способствует снижению конфликтов и повышению эффективности командной работы.

Таким образом, эффективный менеджмент является ключевым фактором успеха организации. Он влияет на все аспекты бизнеса, от стратегий и миссии до повседневных процессов и направлен на достижение поставленных целей. Без эффективного менеджмента, компания не сможет противостоять конкуренции и достичь успеха в долгосрочной перспективе. Через стратегическое планирование, лидерство, мотивацию и коммуникацию, менеджеры могут создать положительную рабочую среду и стимулировать рост и развитие сотрудников. Поэтому, руководители организаций должны обладать знаниями и навыками в этих областях и использовать их с умом и гибкостью, чтобы достичь организационного успеха.

### Список источников

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2019.
2. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / П. Ф. Друкер. – М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2016.
3. Роббинс С. П. Основы управления организацией / С. П. Роббинс. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2018.
4. Джонсон Д. Стратегическое планирование для менеджеров / Д. Джонсон, К. Шоу. – М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2017.

5. Минцберг Г. Стратегическое управление / Г. Минцберг. – М.: Издательство «Ольма-Пресс», 2015.
6. Дэвид Ф. Р. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Ф. Р. Дэвид. – М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2019.
7. Колесников А. А. Эффективный менеджмент: управление изменениями / А. А. Колесников. – М.: Издательство «Экономика», 2019.
8. Миндели А. Л. Управление персоналом: Учебное пособие / А. Л. Миндели. – М.: Издательство «ЮНИТИ-ДАНА», 2017.
9. Джордж Ф. Менеджмент. 7-е издание / Ф. Джордж, Р. Джонс. – М.: Издательство «Вильямс», 2016.
10. Хэмел Г. Конкурирующие преимущества: Создание и использование новых конкурентных возможностей / Г. Хэмел, К. Прахалад. – М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2018.

УДК 004.451.25

# РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

**ЖЕРНАКОВА ОКСАНА КОНСТАНТИНОВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

*Научный руководитель: Кондрачук Ольга Евгеньевна**старший преподаватель**ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»*

**Аннотация:** в статье подробно рассказывается о разработке системы управления проектами, которая представляет собой наборы инструментов, методологий, методов и ресурсов, используемых в процессе управления. Почему в современном управлении организацией невозможно обойтись без системы управления проектами? И как выстраивается процесс разработки СУП, и кто за этим стоит?

**Ключевые слова:** СУП, менеджер, эффективность, разработка, достижение цели.

## DEVELOPMENT OF A PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

**Zhernakova Oksana Konstantinovna***Scientific adviser: Kondrachuk Olga Evgenievna*

**Annotation:** The article describes in detail the development of a project management system, which is a set of tools, methodologies, methods and resources used in the management process. Why is it impossible to do without a project management system in modern organization management? And how is the SOUP development process built, and who is behind it?

**Key words:** PMS, manager, efficiency, development, goal, achievement.

Увеличение сложности проектов и повышение требований к качеству приводят к необходимости обеспечения более эффективного управления проектами, в это заключается актуальность систем управления проектами. Это обуславливается не только улучшением результатов, но и оправданием инвестиций и снижением затрат.

Системы управления проектами (Project Management Systems) – это информационные системы, которые используются для управления проектами. Они позволяют менеджерам централизованно управлять документами, задачами, сроками, ресурсами, бюджетами и отчетностью по проекту [1].

СУП актуальны в России и по всему миру, так как современное бизнес-окружение требует быстрого и эффективного достижения поставленных целей, а проектный подход является наиболее эффективным инструментом для этого. Кроме того, СУП помогает улучшить управление рисками, увеличить прозрачность проекта, оптимизировать расходы и улучшить качество результатов.

Степень использования СУП менеджерами в России различна в зависимости от отрасли и размера предприятия. Однако использование СУП в России становится все более распространенным.

Если многие менеджеры в прошлом довольно настороженно относились к системе управления проектами, то сегодня все дальновидные топ-менеджеры считают, что эта система настраивает проекты. Стоит добавить, что, как правило, управление компанией подразумевает деятельность, которая



управляется отдельно от решения повседневных операционных задач.

Поэтому, независимо от направления проекта, он тщательно контролируется и можно отслеживать каждый его ход. Практика показывает, что внедрение системы управления проектами на предприятии повышает уровень эффективности и позволяет компании выйти на новый уровень развития и даже на региональные и международные рынки.

Системы управления проектами имеют ряд преимуществ:

1. Повышение эффективности управления проектом: существенное упрощение мониторинга работы команды, контроль бюджета и сроков, возможность оперативных корректировок.
2. Улучшение коммуникации: четкое определение ролей, ответственности, контактов и каналов общения способствует более эффективному сотрудничеству между участниками проекта.
3. Разработка плана проекта и отслеживание его выполнения: система позволяет быстро реагировать на возникшие проблемы или задержки в сроках проекта. При этом менеджер проекта может увидеть, как исполнение задач влияет на продвижение проекта в целом.
4. Более точное распределение ресурсов: система учитывает необходимость ресурсов, которые понадобятся на каждую задачу, и помогает устранить перегрузку или недостаток ресурсов, когда это необходимо [2].

Тем не менее, использование системы управления проектами не лишено недостатков:

1. Наличие изначальной издержки на получение и настройку системы.
2. Необходимость обучения и перехода на новую систему для сотрудников.
3. Система может оказаться ненужной для простых проектов, где адаптированный и более простой подход лучше подходит [4].

Системы управления проектами полезны для менеджеров, которые занимаются управлением проектами, так как они помогают достичь лучших результатов в меньшее время, позволяют быстро принимать решения и держать проект на бюджете. Системы также интегрируются с различными программами и приложениями, что облегчает работу менеджеров и создает больше возможностей для сотрудничества команды.

Система управления проектами (СУП) разрабатывается и поддерживается специальными командами профессиональных менеджеров проектов. Команды разработки могут включать в себя менеджеров проектов, аналитиков бизнес-процессов, программистов, тестировщиков, дизайнеров и обучающих специалистов [3].

Системы управления проектами необходимы в случаях, когда:

1. Проекты имеют сложную структуру и/или большое количество участников.
2. Высокая степень организации требуется для управления проектом.
3. Успешное выполнение проекта требует сильной координации действий многих сторон.
4. Проекты требуют ресурсов в большом количестве и лучшей оптимизации их использования.

Причины использования СУП менеджерами в России многообразны, но основная причина состоит в том, что этот подход помогает наиболее эффективно достигать поставленных целей и улучшать управление проектами, что приводит к повышению эффективности бизнеса в целом. Кроме того, СУП может помочь повысить прозрачность проектов, улучшить управление рисками и обеспечить более точное планирование и оценку проектов.

Процесс разработки системы управления проектами (СУП) может варьироваться в зависимости от организации и характеристик проекта, но обычно включает следующие шаги:

1. Определение требований к СУП:

Этот шаг включает определение ключевых потребностей и целей СУП, а также определение функциональных требований к нему.

2. Анализ существующих СУП:

Команда проекта должна изучить существующие системы управления проектами, их исходный код и функциональность, чтобы понять, насколько подходят они для данного проекта, и что улучшить.

3. Разработка плана действий:

На основе необходимых функциональных требований и анализа существующих систем управле-

ния проектами, команда проекта должна разработать план действий, который включает этапы разработки, тестирования, внедрения и поддержки СУП.

#### 4. Разработка прототипа:

Команда разрабатывает прототип СУП, который позволяет проверить функциональность и убедиться в его соответствии требованиям.

#### 5. Тестирование и подготовка к выпуску:

Один из самых важных этапов – тестирование. Команда тестирует СУП на соответствие требованиям, проводит регресс и нагрузочное тестирование, а также тесты на безопасность и другие виды тестирования. Если тесты прошли успешно, можно переходить к подготовке к выпуску [3].

#### 6. Внедрение СУП:

СУП запускается в «боевых» условиях. Она может быть интегрирована с другими инструментами, используемыми в команде проекта, например, с системой управления задачами или средой разработки.

#### 7. Поддержка и сопровождение СУП:

После того, как СУП запущена и внедрена в работу на проекте, команда должна следить за работоспособностью и внесением дополнительных функций и улучшений [5].

Что касается ответственности за каждый этап процесса, то обычно это следующие роли:

1. Менеджер проекта отвечает за определение требований и анализ существующих систем, а также за контроль за процессом разработки СУП и его внедрением.

2. Архитектор и разработчики отвечают за разработку СУП и его тестирование.

3. Команда поддержки СУП отвечает за техническую поддержку и сопровождение СУП.

Грамотный проектный подход позволяет заранее определить наиболее важные цели и сформировать стратегию их достижения с наиболее эффективным использованием бюджета и других ресурсов. Но для достижения поставленной задачи, особенно на начальном этапе, вам не обойтись без помощи квалифицированного менеджера, который сможет успешно внедрить систему управления задачами и проектами на конкретном предприятии.

Таким образом, можно сказать, что современный мир управления предприятием нуждается в системе управления проектами. Она значительно облегчает работу команды и создает условия, которые могут обеспечить повышение эффективности шагов по достижению поставленной цели.

### Список источников

1. Гершанок, А.А. Организация труда в реализации задач повышения эффективности производства, ускорения роста производительности труда / А.А. Гершанок // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 3-1. — С. 70-72

2. Комаристый Д.П. Задачи, связанные с управлением производительностью труда / Д.П. Комаристый // Вестник Воронежского института высоких технологий. - 2018. - № 2 (21). - С. 199-201.

3. Сычева, М.Л. Основные направления повышения производительности труда на предприятии / М.Л. Сычева, Е.В. Шевченко Е. // Ученые записки КФУ имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. — 2018. — №2. — с.138-142.

4. Трифонов, С.В. К вопросу повышения производительности труда на предприятии / С.В. Трифонов // Инновационная наука. — 2020.- № 1. — С. 56-62.

5. Закирьянова, Л.Р. Производительность труда как основной показатель эффективности трудовой деятельности / Л.Р. Закирьянова // Молодежь и наука. — 2017. — № 4-3. — С. 18.

УДК 339.9

# ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «XIAOMI»

**ХУ АНЬЯН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация:** в условиях рыночной экономики, когда коммерческая организация сама выбирает поставщика и покупателя, предоставляет займы, вкладывает средства в уставные фонды, приобретает ценные бумаги, возрастает значение финансового анализа. Финансовое состояние компаний характеризует их способность к развитию как в настоящее время, так и на перспективу. Нестабильность экономики требует постоянного поиска путей повышения эффективности деятельности предприятий.

**Ключевые слова:** предприятие, коммерческая деятельность, экономические показатели

**Annotation:** In a market economy, when a commercial organization itself chooses a supplier and a buyer, provides loans, invests in authorized funds, purchases securities, the importance of financial analysis increases. The financial condition of companies characterizes their ability to develop both now and in the future. The instability of the economy requires a constant search for ways to improve the efficiency of enterprises.

**Key words:** enterprise, commercial activity, economic indicators.

Xiaomi Group была официально зарегистрирована и торгуется на Гонконгской фондовой бирже 9 июля 2018 года, став первой компанией среди гонконгских компаний, котирующихся на бирже, которая приняла иную структуру акционерного капитала. Эта статья объединяет данные кейсов и финансовые данные для проведения финансового анализа Xiaomi Group, выявления существующих проблем и предложения соответствующих решений проблем. Наконец, перечислите его преимущества и недостатки, которые имеют простое справочное значение для инвесторов.

Xiaomi Group впервые подала заявку на листинг на Гонконгской фондовой бирже 3 мая 2018 г. Это также первая компания, принятая Гонконгской фондовой биржей для подачи заявки на публичный листинг с двойной структурой акционерного капитала. Частная компания, которая еще не была зарегистрирована, ее выручка от продаж в 2017 году превысила 100 млрд юаней, что привлекло большое внимание со стороны рынка капитала и средств массовой информации. Публичный список Xiaomi, от таинственного до общедоступного, дает нам возможность ознакомиться с публичным отчетом о доходах Xiaomi. Поэтому, если вы хотите получить более глубокое представление о бизнес-ситуации Xiaomi, вам необходимо проанализировать данные финансовой отчетности Xiaomi за последние три года, чтобы иметь полное представление о финансовом положении Xiaomi.

## **Анализ краткосрочной платежеспособности.**

Текущие коэффициенты Xiaomi Group с 2015 по 2022 год составляли 1,52, 1,18 и 1,3 соответственно, все меньше 2, и достигли 2,34 в 2018 году; коэффициент быстрого изменения составил 0,99, 0,85 и 0,95, меньше 1, и достиг 1,87 в 2022 году; коэффициент наличности составил 0,51, 0,35, и 0,25, все из которых превысили 20%, что указывает на стабильную денежную платежеспособность; краткосрочная платежеспособность компании увеличилась в 2022 году.

## **Долгосрочная платежеспособность.**

С 2015 по 2022 год соотношение активов Xiaomi Group к долгу превысило 200%, а ее обязательства превысили активы в 2 раза, и она уже была банкротом; соотношение собственного капитала со-

ставляло от -1 до -1,7, а обязательства превышали собственный капитал, и собственный капитал был отрицательным; материальный актив - коэффициент задолженности находился в пределах 2,4-3,2, что указывает на то, что обязательства более чем в два раза превышают материальные активы, что указывает на то, что коэффициент корпоративного долга слишком высок; это показывает, что долгосрочная платежеспособность предприятия слабая, и показатели вернутся к норме к 2022 году, поскольку у компании есть включили справедливую стоимость конвертируемых и подлежащих погашению привилегированных акций в состав собственного капитала, что не влияет на обязательства. Таким образом, показатели являются нормальными.

Анализ показателей показывает, что Xiaomi обладает высокой долгосрочной платежеспособностью, а краткосрочная платежеспособность Xiaomi Group сопряжена с определенными рисками.

#### **Анализ оперативных возможностей.**

С 2016 по 2022 год общий коэффициент оборачиваемости активов Xiaomi составлял 1,52, 1,63 и 1,47 соответственно, и общий коэффициент оборачиваемости активов был нормальным; коэффициент оборачиваемости основных средств составлял от 40 до 90, а оборачиваемость основных средств была очень высокой; коэффициент оборачиваемости оборотных активов составлял от 1,7 до 1,9, и оборотные активы функционировали лучше; коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности составляет от 7 до 14, и тенденция снижается год от года, время восстановления капитала длительное, а коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности низкий; коэффициент оборачиваемости запасов составляет от 7 до 13, и оборачиваемость запасов быстрая. Операционные возможности Xiaomi относительно высоки, но особое внимание следует уделить уровню оборачиваемости дебиторской задолженности.

#### **Анализ прибыльности.**

Валовая прибыль Xiaomi с 2015 по 2022 год составила 4.04%, 10.59%, 13.22%, 12.69%. Маржа валовой прибыли низкая; маржа операционной прибыли составляет 2.18%, 5.66%, 10.63%, 0.81%. Маржа операционной прибыли низкая; чистая маржа продаж составляет соответственно - 11,42%, 0,72%, -38,29%, 7,71%. Рентабельность чистой прибыли от продаж низкая; рентабельность затрат и расходной части прибыли составляет 2,13%, 5,75%, 11,18%, 0,79%. Низкая рентабельность затрат обусловлена чрезмерными затратами на продажу. Операционный доход Xiaomi быстро вырос, но маржа валовой прибыли по-прежнему очень мала; индекс рентабельности невысок, и рентабельность нуждается в улучшении.

#### **Анализ возможностей разработки.**

С 2016 по 2022 год средний темп роста выручки Xiaomi составил 40,84%, средний темп роста активов - 63,72%, средний темп роста акционерного капитала -37,19%, а средний темп роста чистой прибыли -3088,29%. Как темпы роста выручки, так и темпы роста активов очень высоки, что указывает на то, что она находится в стадии роста, но темпы роста собственного капитала и темпы роста чистой прибыли отрицательные, что указывает на то, что темпы роста собственного капитала и чистой прибыли компании низкие. Значения индекса показывают, что Xiaomi в последние годы находилась на стадии разработки и обладает большим потенциалом.

#### **Анализ движения денежных средств.**

Коэффициенты движения денежных средств и задолженности в период с 2015 по 2022 год были следующими: -15,80%, 17,39%, -2,11%, -2,28%. Все значения за три года отрицательные, поскольку годовой чистый операционный денежный поток за эти три года отрицательный; соотношение денежных средств к долгу составляет -2,07%, 3017%, -0,46%, -1,91%; Коэффициент денежной гарантии чистой прибыли 34,11%, 921,73%, 2,27%, -10,5%; Коэффициент возврата денежных средств от выручки от продаж -3,89%, 6,62%, -0,87%, -0,81%; Операционный доход увеличился на 52,60% в 2022 году, но все показатели денежного потока были отрицательными, этого достаточно, чтобы показать, что существует очень серьезная проблема с оттоком денежных средств, недостаточной наличностью и погашением долгов, и компания переживает кризис истощения капитала.

#### **Основные существующие финансовые проблемы.**

1. Низкий уровень оборачиваемости дебиторской задолженности и длительное время восстановления оборотных средств. 2. Маржа валовой прибыли по-прежнему очень мала, индекс рентабельно-

сти невысок, и рентабельность нуждается в улучшении. 3. На предприятии наблюдается кризис истощения капитала, и коэффициент возврата денежных средств предприятия низок. 4. Контрмеры и предложения.

## Список источников

1. Хэ Хуншуй, Ван Чанцин, Лю Линь. Корпоративная культура в стратегическом позиционировании управления предприятием. -М.: Обзор инновационных технологий и технологий, 2022. – С. 83-85.

УДК 339.9

# СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ «XIAOMI»

**ХУ АНЬЯН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация:** Опыт использования внешнеэкономических стратегий транснациональных корпораций широко изучается предпринимательскими структурами многих стран.

**Ключевые слова:** транснациональная корпорация, управление, стратегия управления, торговая деятельность.

**Annotation:** The experience of using the foreign economic strategies of transnational corporations is widely studied by business structures in many countries.

**Key words:** transnational corporation, management, management strategy, trading activity.

Стратегическая цель предприятия - это знамя предприятия, которое указывает направление. Оно должно нести ответственность в соответствии с миссией предприятия и положением предприятия во всей социальной экономике. Миссия и видение Xiaomi Group никогда не менялись: «всегда производить качественные продукты, которые трогают сердца, по выгодным ценам, чтобы каждый человек в мире мог наслаждаться прекрасной жизнью, которую приносят технологии», а также «дружить с пользователями и быть самой ведомой компанией в сердцах пользователей».

Исходя из этого, нетрудно понять, что Xiaomi Group всегда рассматривает продукты и клиентов как наиболее важную часть развития предприятия, а предприятия воспринимают инновации как фактор дальнейшего успеха. Детальное изучение многих процессов развития международной компании в сочетании с миссией и видением Xiaomi Group позволяет определить конкретные стратегические цели Xiaomi Group следующим образом:

1. В полной мере использовать существующую бизнес-модель Xiaomi Group для расширения, выхода на международный рынок и локализации, постоянное расширение доли рынка, расширение клиентской базы, повышение уровня реализации клиентов, постоянная разработка новых продуктов, повышение конкурентоспособности, повышение узнаваемости бренда.

2. Определить стратегические цели в соответствии с различными характеристиками рынка: на развитых рынках Xiaomi Group должна выйти на рынок при условии, что конкуренты и гиганты местного рынка заняли рынок, в полной мере используя эффективные преимущества, достигнутые дома, завоевать определенную долю на рынке, полагаясь на недорогие и рентабельные маркетинговые модели, завоевать признание на рынке, а затем продолжить продвижение на уровень передовых технологий после закрепления: на развивающихся рынках Xiaomi Group полагается на внутренние преимущества и отсутствие продуктов на целевом рынке, полностью выходит на рынок рынок и сочетает диверсифицированный маркетинг и местное фабричное производство, чтобы захватить целевую долю рынка, и одновременно продвигает существующие продукты среднего и высокого класса, создает угрозу для локализованных предприятий и получает преимущества от локализации.

Во многих областях Xiaomi полностью изменила облик отрасли благодаря превосходному качеству и низким ценам, что значительно ускорило популярность ее продукции.

С точки зрения финансового менеджмента корпоративная стратегия Xiaomi Group - это бизнес-стратегия, в основе которой лежит лидерство в затратах и непрерывное расширение. Содержание стратегии лидерства в затратах включает в себя рассмотрение корпоративного финансового менеджмента, который воплощается в привлечении клиентского трафика с помощью затрат, а затем в использовании трафика и контроле за ним.

В эпоху Интернета поток клиентов представляет собой прибыль, и существуют строгие требования к количеству и качеству клиентов. Если количество будет недостаточным, бизнес-модель предприятия также рухнет, а качество основано на количестве. Если качество не соответствует этому, это также приведет к уменьшению количества. Xiaomi Group находится на ранней стадии разработки, с недостаточными внутренними средствами и относительно небольшим масштаб предприятия. Таким образом, контроль затрат и привлечение потока клиентов является ключевым моментом для Xiaomi в реализации этой стратегии. 7.0

#### *Финансовый анализ*

1. Рост выручки и прибыльность: В 2022 году Xiaomi сообщила о рекордно высокой выручке в размере 245,9 млрд юаней, что соответствует росту на 19,4% в годовом исчислении. Компания предпринимает значительные усилия по расширению за пределы своего флагманского сегмента смартфонов на другие устройства Интернета вещей, такие как телевизоры Smart TV и носимые устройства, что приводит к увеличению роста выручки. Кроме того, скорректированная чистая прибыль компании составила 13 млрд юаней, что на 12,8% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

2. Кредитное плечо и ликвидность: По состоянию на 2022 год общий объем обязательств Xiaomi составлял 90,3 млрд юаней, что представляет собой увеличение с 72,6 млрд юаней в 2021 году. Отношение общего долга к активам компании составило 46,9%, в то время как коэффициент покрытия процентов оставался стабильным на уровне 6,3

Ликвидность Xiaomi высока, с текущим коэффициентом 1,5 в 2022 году, что указывает на то, что у компании достаточно краткосрочных активов для покрытия своих краткосрочных обязательств. 3. Рентабельность инвестиций: В 2022 году рентабельность собственного капитала Xiaomi (ROE) составила 19,4%, увеличившись с 17,1% в 2021 году, что говорит о том, что компания продолжает эффективно использовать свои ресурсы для получения прибыли. Кроме того, рентабельность активов (ROA) в 2021 году составила 5,8%, что выше среднего показателя по отрасли для технологических компаний.

#### **Список источников**

1. Харрис, Л. (2019). Xiaomi: Тематическое исследование "Китайского яблока". Журнал бизнес-стратегии. 40(6), 26-35.
2. Ван Ху (2020). Исследование стратегии интернализации Xiaomi в рамках новой индустриальной парадигмы. Журнал бизнес-исследований. 116, 78-91.

УДК 339.9

# ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ КОМПАНИИ «VIVO»

**ВАН ЮН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация:** в современных исследованиях в сфере менеджмента бизнес-модели являются одной из наиболее активно изучаемых областей. Интерес к данной проблематике в первую очередь вызван потребностью бизнеса в целостном понимании своей деятельности, всего спектра механизмов, которые используются для создания и предложения ценности потребителю, а также извлечения доходов от этой деятельности. Понятие «бизнес-модель» неразрывно связано с проблематикой межфирменных взаимодействий, поскольку ценность создается совместно многочисленными компаниями, взаимодействующими на рынке

**Ключевые слова:** бизнес-модель, создание и предложение ценности, межфирменное взаимодействие, направления исследований, стратегия компании.

**Annotation:** In modern management research, business models are one of the most actively studied areas. The interest in this issue is primarily caused by the need for a business to have a holistic understanding of its activities, the entire range of mechanisms that are used to create and offer value to the consumer, as well as to derive income from this activity. The concept of "business model" is inextricably linked to the issue of inter-firm interactions, since value is created jointly by numerous companies interacting in the market

**Key words:** business model, value creation and supply, intercompany interaction, research directions, company strategy.

Бренд vivo должен усилить независимые исследования и разработки в области патентов и технологий, чтобы уменьшить внешнюю зависимость; следующим шагом будет

В эпоху мобильных телефонов 5G, хотя мобильные телефоны 5G разрабатывать сложнее, чем мобильные телефоны 4G, с развитием смартфонов мобильные телефоны 5G разрабатывать стало сложнее.

С растущим развитием индустрии мобильных телефонов разработка мобильных телефонов 5G превзошла ожидания. Появление 5G откроет новые возможности для рынка мобильных телефонов.

Это вызвало новую "волну изменений в оборудовании", поэтому мобильные телефоны Vivo могут активизировать свои усилия в этой области исследований и сделать все возможное.

Возможно, удастся выпустить большое количество продуктов для мобильных телефонов 5G на раннем этапе и для того, чтобы повысить конкурентоспособность собственной продукции на рынке мобильных телефонов.

В эту эпоху уровень жизни людей значительно повысился, поэтому они будут уделять больше внимания качеству жизни.

Для смартфонов требования, естественно, возрастут. Например, появляется все больше и больше пользователей, которые любят селфи, поэтому вам следует подумать об этом в данный момент.



Стоит ли использовать лучшую камеру для фронтальной съемки, но при этом не терять друг друга, требования к пикселям для задней камеры

Это все еще нуждается в рассмотрении и улучшении. Пользователи имеют положительный спрос на мобильные телефоны, но также и отрицательный спрос такие как невысокая чувствительность мобильного телефона, медленная скорость открытия программного обеспечения или происходит флэшбэк, катон, а заряда батареи хватает надолго. Слабая прочность и т.д., Учитывая эти проблемы, мы должны инвестировать в исследования и разработки, чтобы постепенно их решать.

### *Оптимизация ценовой стратегии*

Привлекать клиентов по обычным ценам, чтобы компания могла занять долгосрочное стабильное положение, тем самым повышая самооценку мобильного телефона Vivo.-

Рыночная конкурентоспособность организма. Для моделей высокого класса, таких как серия X и флагманская серия NEX, его можно использовать

Метод скользящего ценообразования, насколько это возможно, запускайте продукты, когда нет конкурентов, а затем по более высокой цене в краткосрочной перспективе

Возмещение затрат, когда аналогичные продукты выпускаются в одной и той же отрасли, может привести к снижению цен и повышению конкурентоспособности продукции.

### *Увеличьте скидки и повысьте эффективность затрат*

В сезоны или праздничные дни, когда продажи товаров невелики, можно использовать скидки, например, с точки зрения цены. Клиенты получают больше скидок, или больше подарков, или больше розыгрышей призов и т.д., Что также выгодно

Увеличьте продажи продукции. Производителям мобильных телефонов Vivo также следует больше узнавать о потребностях потребителей и постоянно совершенствовать свою продукцию.

Чтобы улучшить соотношение цены и качества продукта в сердцах потребителей, точно так же, как мобильный телефон Apple, ее продукция

### *Оптимизация стратегии канала*

В настоящее время магазины мобильных телефонов, как правило, предоставляют покупателям руководство по покупке мобильных телефонов и услуги по совершению покупок. В дополнение к персоналу отдела продаж,

В дополнение к предоставлению клиентам предложений или ответов на некоторые их сомнения в соответствии с их потребностями, мы не можем обеспечить дальнейшее удовлетворение.

Услуги, которые востребованы потребителями, поэтому мы можем усилить послепродажное обслуживание клиентов и предоставить им уроки объяснения по мобильному телефону. \

Бесплатная настройка мобильного телефона, кофейня и т.д., Или вы также можете проводить бесплатные дни обслуживания для фанатов и пользоваться привилегиями участника и другие мероприятия, это может эффективно повысить лояльность поклонников к бренду.

Сейчас эпоха Интернета. По сравнению с традиционными офлайн-покупками многие люди будут более склонны выбирать Taobao.

Выбирайте магазины на крупных платформах электронной коммерции, таких как Taobao и Jingdong, потому что они могут легко распространяться на основных платформах электронной коммерции.

Анализируйте, выбирайте и приобретайте товары, в то же время они также могут приобретать товары в любое время и в любом месте, не тратя время на поиск.

Совершайте покупки на месте, поэтому, хотя бренд vivo укрепляет сотрудничество с основными платформами электронной коммерции, он также рассмотрите возможность сотрудничества с другими популярными в последнее время платформами shopping guide, такими как Xiaohongshu, Douyin, Kuaishou и др. Таким образом, vivo enterprises

Отрасль может не только лучше использовать существующие ресурсы онлайн-платформы для продаж, но и лучше взаимодействовать с потребителями.

Общайтесь и получайте обратную связь, а также вносите определенные улучшения на основе этого.

*Оптимизация рекламной стратегии*

Сегодняшние потребители также стали более зрелыми и стабильными при покупке продуктов для мобильных телефонов, поскольку текущий выбор продуктов

При большем выборе звездочки одобрения неизбежно будут накладываться друг на друга, поэтому влияние эффекта звездочки на покупки пользователей будет становиться все более и более значительным.

Кроме того, из-за чрезмерных расходов на рекламу и одобрение знаменитостями продуктов для мобильных телефонов Vivo это принесло технологии много денег.

Средства на технологические исследования и разработки оказали определенное давление, и, что более важно, производители мобильных телефонов работают в направлении высококлассных научных исследований.

Таким образом, бренд vivo может соответствующим образом снизить затраты на рекламу и поддержку знаменитостей.

Тратьте меньше и инвестируйте дополнительные средства в научно-технические исследования и разработки. При условии обеспечения маркетингового эффекта это может быть более эффективным.

Хорошо контролируйте себестоимость продукции и повышайте прибыльность компании.

*Усилить онлайн-активность и рекламные акции*

Продажи мобильных телефонов vivo в канале электронной коммерции в прошлом были слабыми, главным образом из-за одинаковой цены онлайн и оффлайн, но в автономном режиме

Покупка позволяет клиентам не только лучше ознакомиться с продуктом, но и получить услуги, предоставляемые самими агентами.

Услуги и подарки, которые заставят больше людей покупать в обычных магазинах и постепенно игнорировать онлайн-каналы продаж, потому что

Этот бренд vivo может время от времени проводить определенные рекламные акции онлайн, такие как покупка по определенной цене и раздача мобильных телефонов.

**Список источников**

1. Чжун Цзе. Исследование маркетинговой стратегии смартфонов vivo [D]. Чэнду: Юго-Западный университет Цзяотун, 2018.
2. Гу Ян. Исследование по разработке маркетинговой стратегии мобильных телефонов vivo [J]. Маркетинг, 2019, (20), 64-65-74.

УДК 339.9

# АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ КОМПАНИИ «VIVO»

**ВАН ЮН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация.** Организационная структура предприятия является основным механизмом управления и позволяет наиболее эффективно достигать цели. Анализ и изменение оргструктуры необходимы в современных рыночных условиях для успешного функционирования любого предприятия, при этом организационную структуру отражает схема управления предприятия, а также штатное расписание предприятия. Правильное распределение функций между подразделениями и сотрудниками предприятия представляет собой основу для достижения поставленных целей.

**Ключевые слова:** организационная структура, функциональные задачи.

**Annotation:** The organizational structure of the enterprise is the main management mechanism and allows you to achieve the goal most effectively. Analysis and changes in the organizational structure are necessary in modern market conditions for the successful functioning of any enterprise, while the organizational structure reflects the management scheme of the enterprise, as well as the staffing of the enterprise. The correct distribution of functions between departments and employees of the enterprise is the basis for achieving the goals.

**Key words:** organizational structure, functional tasks.

## ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ	ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ	
ГРУППА ИССЛЕДОВАНИЙ И СТРАТЕГИИ	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА ФИКСИРОВАННОЙ СЕТИ	ОТДЕЛ ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ
ГРУППА СТРАТЕГИИ ПРОДУКТА	РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОТДЕЛ ПРОДВИЖЕНИЯ	ОТДЕЛ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА
ОТДЕЛ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ	ОТДЕЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРМИНАЛОВ	ГЛАВНЫЙ ДИЗАЙНЕР ОТДЕЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ОТДЕЛА
КОМПАНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕТИ	ОПЕРАЦИИ ПО ПРОДАЖАМ	

1) В рамках отдела маркетинга он разделен на три части: маркетинг, продажи и промышленный дизайн. Поскольку Васкгамтон имеет многолетнее деловое сотрудничество с дистрибьюторами, техническое обслуживание продукции и прямое обслуживание потребителей возложены на региональных

дистрибьюторов. Backgammon оказывает поддержку по обслуживанию клиентов и продвижению дистрибьюторов, но это напрямую не связано с потребителями.

2) Отдел продуктовой стратегии отвечает за исследование и анализ функциональных потребностей целевых потребителей мобильных телефонов, уделяя особое внимание отраслевым тенденциям и конкурентным продуктам, позиционированию продуктов и структуре продуктовой линейки. Они тесно сотрудничают с разработчиками программного обеспечения. В Backgammon есть три отдела программного обеспечения и три отдела разработки. Отдел программного обеспечения отвечает за исследования и разработки программного обеспечения, включая взаимодействие человека с компьютером, пользовательский опыт и другие группы; отдел разработки должен быть нацелен на разработку большой фреймворковой структуры и системы программ для мобильных телефонов. Три группы соревновались друг с другом и, в конце концов, выбрали решение в качестве флагманского продукта. Отдел промышленного дизайна отвечает за разработку и исследование внешнего вида изделия, материалов и т.д.

3) Группа по стратегии и исследованиям и группа по продвижению в сети являются независимыми и непосредственно управляются директором по маркетингу. Группа по продвижению сети первоначально подчинялась отделу управления брендом и постепенно стала независимой. Группа по продвижению сети отвечает за внедрение сетевых коммуникаций, управление собственными МЕДИА, такими как официальные веб-сайты и Weibo, но разрабатывается годовой план сетевых коммуникаций и коммуникационная стратегия для выпуска новых продуктов. группой по бренду и коммуникациям Отдела управления брендом, а за реализацию отвечает группа по продвижению в сети. На более позднем этапе группа по продвижению сети запустила некоторые онлайн-мероприятия со СМИ, рекламными компаниями и другими сторонами, но эксплуатация и управление WeChat по-прежнему находятся в ведении группы по бренду и коммуникациям. В то же время за все идеи в области медиа-коммуникаций, такие как Интернет и телевидение, включая TVC, рекламные слоганы, комиксы с четырьмя сетками и т.д., единообразно отвечает отдел управления брендом, поскольку это единственный уровень креативности бренда компании.

4) Отдел управления брендом разделен на четыре группы: группа по бренду и коммуникациям, автономная группа терминала, группа графического креативного дизайна и группа планирования и управления проектами. Группа по бренду и коммуникациям отвечает за исследования бренда, взаимодействие с рекламными компаниями 4A, маркетинговые исследования и доставку средств массовой информации. В общей сложности пять человек находятся под непосредственным руководством бренд-директора; группа terminal offline в основном отвечает за открытие магазинов terminal, планирование мероприятий в праздничные дни terminal, а также за организацию мероприятий в терминале. общее планирование запуска новых продуктов; основная работа группы графического креативного дизайна включает в себя дизайн печатной рекламы компании, рекламные рисунки в магазинах, упаковку продукции, дизайн листовок и другой контент; команда планирования и управления проектами в основном отвечает за распространение региональных рекламных материалов, доставку рекламы, брендрование. отслеживание хода исследований и других проектов, а также сбор материалов для запуска новых продуктов и управление ими. В автономной группе terminal работают пять человек, четыре человека в группе графического творчества и три человека в группе бухгалтерского учета и управления проектами. Во всех отделах есть коллега, который обеспечивает логистическую поддержку, такую как управление процессами и контрактами, и всего менее 20 человек. Однако большая часть работы, выполняемой отделом, передается на аутсорсинг рекламным компаниям для сотрудничества. Например, в медиа-коммуникационную группу входят креативные компании, исследовательские компании, компании по съемке рекламных фильмов, медиа-агентства и т.д., Мы в основном отвечаем за общее направление контроля работы бренда и ежедневную стыковку и координация.

5) Численность персонала в других отделах аналогична численности персонала отдела бренд-менеджмента. В отделе продуктовой стратегии работает около 20 человек, в группе исследований и стратегического планирования - более 10 человек, а в группе сетевого продвижения - более 10 человек. Большая часть выполняемой работы передается на аутсорсинг рекламным компаниям или сер-

висным компаниям. Однако мы также проведем собственное исследование бренда, рекламный креативный контент и оценку эффективности доставки, и основная часть не полностью зависит от аутсорсинговых компаний. Однако Backgammon очень уважает аутсорсинговые компании, с которыми сотрудничает. До тех пор, пока это компания, которая организует предложение, она будет выплачивать соответствующие гонорары, основанные на ее достижениях, даже если будет установлено, что это не совместная компания или проект.

## 2. Процесс выполнения проекта :

Задумка создания проекта
Выбор 3 профессиональные компаний
Упорядочение предложений, сравнение черновиков
Последующее выполнение проекта
Определение компании-партнера и дальнейший план работы
Вывод и совместное использование результатов проекта
Результаты работы, корректировка и ее использование
Закрытие работы над проектом

(Возьмем в качестве примера запуск нового продукта)

1) Иницирующим и координирующим отделом является отдел управления брендом. В автономной группе terminal есть коллега, который отвечает за этот вопрос полный рабочий день. Он разрабатывает план размещения нового продукта в соответствии с ритмом размещения отдела продуктов, собирает соответствующие отделы для согласования мнений и, наконец, определяет время запуска нового продукта и тему/основную функцию продукта. Подготовительный период к конференции составляет не менее трех месяцев. Как только будет определено приблизительное время выпуска, отдел бренда приглашает три рекламные компании спланировать и предложить запуск новых продуктов. Поскольку MTV является постоянным партнером Backgammon и действительно обладает определенной силой, ресурсами знаменитостей и чувством моды, пресс-конференция была передана MTV для сотрудничества после первого проекта.

Время: За три месяца до пресс-конференции началась подготовка и предварительное общение с рекламной компанией, которая выразила намерение сотрудничать.

2) В соответствии с основной функцией продукта и стратегическим планированием бренда компания планирует тему конференции, определяет масштаб места проведения, которое может быть выбрано, и предоставляет план процесса проведения конференции. Ответственные коллеги собирают информацию о потребностях различных подразделений компании, включая параметры продукта, докладчиков на производственной площадке и их выступления, демонстрацию продукции на месте и разделение труда. Мы внесем первое предложение по вышеупомянутой работе, определим место проведения, вместимость, тему и предварительный процесс и т.д. Время первого предложения - пригласить рекламную компанию для предварительной коммуникации

После подтверждения намерения о сотрудничестве у рекламной компании есть 3 недели на подготовку первого раунда предложений для конференции.

3) Принимая во внимание пересмотренный план после первого предложения, медиа-команда отдела бренд-менеджмента начала готовить видеоролики для креативных компаний, чтобы они задумали и предложили использовать их на пресс-конференции на месте, и в целом подготовила 4 видеоролика для прямой трансляции; команда сетевого продвижения разработала список приглашенных медиа-экспертов и сетевых сетей на пресс-конференцию в зависимости от источника, темы пресс-конференции и т.д. ; Приглашения для печатных СМИ и телевизионных средств массовой информации составляются медиагруппой, и сотрудники СМИ приглашаются принять участие в оказании помощи.

Первый этап внесения изменений в предложение рекламной компанией займет около 1 недели, и одновременно будет проводиться внутренняя работа. ;

4) Второе предложение будет определять 80% содержания конференции, но конкретные технологические схемы, информация о конкретном продукте и докладчиках будут скорректированы. Второе предложение будет основано на бюджете проекта, утвержденном на пресс-конференции, и различные ссылки на проект, такие как проведение пресс-конференции, будут удалены для контроля расходов. После того, как второе предложение будет подтверждено, будет проведена пресс-конференция и мобилизационное совещание компании, а также постепенно будут уточняться механизмы работы соответствующих департаментов. Регулярные рабочие совещания соответствующих сотрудников будут проводиться в середине дня, каждую среду утром. Место проведения должно быть определено за полтора месяца до начала конференции. Поскольку определение места проведения связано с подготовкой материалов на месте, таких как приглашения и размер места проведения конференции; приглашения от средств массовой информации и болельщиков, определяется креативная тематика видеорекламы и организуются съемки.

Определите место проведения конференции и подготовьте соответствующие материалы и видеозаписи за полтора месяца до начала конференции.

5) Большая часть работы конференции была подтверждена за две недели до конференции, включая приглашения СМИ, подготовку материалов, организацию размещения и мероприятия на месте.

В отделе кадров совещание по связям с общественностью департамента, посвященное пресс-конференции, было изменено на проведение двух раз в неделю. Однако процесс настройки параметров продукта, содержания выступлений и участников все еще нуждается в корректировке. В течение недели после пресс-конференции внутренние материалы компании будут отправляться в пекинский офис один за другим. В основном это новые продукты, которые необходимо применить и представить СМИ на сайт пресс-конференции. Общие работы включают в себя строительство места проведения, обычно за день до пресс-конференции. После того, как будет определено место проведения пресс-конференции, будет проведена репетиция пресс-конференции и продемонстрированы все процессы.

Исходя из этого, все приготовления и процессы к пресс-конференции завершены, и в течение одной недели после завершения пресс-конференции будет проведен мониторинг и оценка работы средств массовой информации. В то же время будет подведен итог общей ситуации на конференции, и дело будет закрыто.

#### **Список источников**

1. Официальный сайт «Vivo» <https://www.vivo.com/ru>

УДК 339.9

# АНАЛИЗ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

**ВАН ЮН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация.** Каждая успешная фирма должна иметь бизнес-стратегию развития, понимая, что это очень важно для достижения новых успехов в будущем. Выбор стратегии в бизнесе один из ведущих вопросов в управлении. Если, цели организации определяют то, к чему стремится организация, что она хочет получить в результате своей деятельности, то стратегия дает ответ на вопрос, каким способом, с помощью каких действий организация сумеет достичь своих целей в условиях изменяющегося и конкурентного окружения.

**Ключевые слова:** бизнес, бизнес-стратегия.

**Annotation:** Every successful company must have a business development strategy, realizing that it is very important to achieve new success in the future. The choice of strategy in business is one of the leading issues in management. If the goals of the organization determine what the organization strives for, what it wants to get as a result of its activities, then the strategy gives an answer to the question of how, with what actions the organization will be able to achieve its goals in a changing and competitive environment.

**Key words:** business, business strategy.

Мобильные телефоны Vivo больше известны тем, что нарушают тенденцию рекламы и захватывают горизонт; 20 миллионов мягких ламп на передней панели позволяют делать снимки, подчеркивающие вашу красоту; позволяют музыке оживать и так далее. Эта реклама заставляет людей почувствовать, что мобильные телефоны Vivo - это мобильные телефоны молодежи. Они полны жизненной энергии, сосредоточены на музыке и фотографировании, что привлекает многих молодых людей к покупке.

Мобильные телефоны Vivo используют в системе Smart Engine 3.0. Телефон постоянно оптимизирует фоновые приложения, очищает и замораживает редко используемые приложения, освобождает больше оперативной памяти и делает его использование более плавным. В зарядном устройстве мобильных телефонов Vivo используется технология двухмоторной флэш-зарядки, которая позволяет эффективно продлить срок службы батареи, обеспечивая при этом скорость зарядки и делая аккумулятор более долговечным.

У Vivo также есть много креативных дизайнов. Его функция распознавания жестов разнообразна и настраиваема, например, выключение экрана, рисование C, включение набора номера и т.д., поддержка распознавания человеческого глаза, интеллектуальное освещение экрана, функция разделения воздуха, пробуждение в воздухе и т.д., это очень весело.

Будучи всемирно известной крупной компанией, vivo является дочерней компанией Backgammon Group, обладающей сильной стороной и очень высокой узнаваемостью бренда. Компания усердно работает в индустрии мобильных телефонов уже более десяти лет и имеет хорошую репутацию.

Технологии является передовыми, и технология мобильных телефонов Vivo в настоящее время, по-видимому, находится на первоклассном уровне в Китае. Компания Vivo выпустила серию инновационных технологических продуктов: дизайн невидимых отпечатков пальцев, совместные исследования и разработка чипов DSP-камер, оснащенных индивидуальными чипами декодирования ЦАП и индивидуальными решениями для аудиоусилителей Hi-Fi, - таковы результаты исследований и разработок ком-

пании Vivo. Кроме того, vivo начала исследования в области технологии 5G еще в 2016 году и подала заявки на более чем 2000 патентов на изобретения в области 5G.

Независимо от того, идет ли речь о покупке мобильного телефона, ремонте мобильного телефона или получении некоторой информации, связанной с продуктом vivo, центр обслуживания клиентов Vivo может легко удовлетворить потребности потребителей и предоставить наилучший сервис каждому пользователю Vivo. Именно благодаря такому высокому качеству обслуживания и мощной продукции Vivo получила признание и благосклонность многих потребителей.

#### *Преимущества компании*

Знание рыночных условий Китая, экономической политики, обычаев и условий жизни людей тем самым дает возможность лучше адаптироваться к изменениям окружающей среды на китайском рынке. У него стабильный источник клиентов и множество точек продаж и обслуживания. Мобильные телефоны Vivo хорошо известны благодаря таким известным эстрадным шоу, как «Run» и «Ace to Ace», и они имеют хорошую репутацию среди потребителей.

#### *Государственная поддержка*

Китай стремится изменить модель экономического роста и энергично развивать сферы услуг, высокотехнологичные отрасли, развивающиеся отрасли промышленности, а также отрасли энергосбережения и охраны окружающей среды. В настоящее время Китай переживает критический период экономических преобразований, и на национальном уровне предпринимаются усилия по ускорению разработки соответствующей политики для обеспечения большего руководства и поддержки развитию высокотехнологичных отраслей промышленности.

Vivo располагает относительно полноценными каналами розничной торговли, магазинами и сбытом на рынках сбыта третьего и четвертого уровней; в городах первого и второго уровней относительно объем специализированных магазинов не является доминирующим.

Стратегия четкого определения пользователей, ориентации на продукт и простой фокусировки позволяет Vivo концентрировать больше ресурсов на прорывах в одной точке и иметь более длинную линейку. Компания Vivo хочет продолжать радовать свою целевую клиентскую базу - молодежь. Это происходит потому, что молодые люди не являются импульсивными потребителями. У них есть свои собственные ценностные суждения, то есть им нужны бренды, которые давали бы им уникальное ощущение ценности.

Чтобы создать идеальное поколение, vivo уделяет большое внимание имиджу бренда, будь то поездка на море или дома. Примеры включают приглашение ряда популярных артистов, спонсирование вечеринок и т.д., включая подписание 5-летнего спонсорского контракта с Международной федерацией бокса. Это позволило Vivo получить более высокую премию за бренд.

#### *Слабые стороны*

Продукт имеет небольшую долю рынка. Vivo выпускает только модели высокого класса с позиционированием по высокой цене. В принципе, рынок дешевых товаров не рассматривается. Существует много конкурирующих брендов одного и того же типа, и они очень мощные.

Хотя технология Vivo в Китае находится на первоклассном уровне, оригинальной технологии все еще недостаточно. По сравнению с независимыми исследовательскими и опытно-конструкторскими возможностями Apple и Huawei, Vivo сделала недостаточно для того, чтобы угнаться за темпами зарубежного производства мобильных телефонов высокого класса.

С непрерывным развитием науки и техники сценарии применения персональных сетей, ориентированных на мобильные телефоны, будут расширяться в большей степени, способствуя крупномасштабным продажам периферийных интеллектуальных устройств и услуг, а также созданию новых рынков.

С появлением 5G будущий рынок мобильных телефонов 5G вызовет новую волну изменений оборудования в глобальном масштабе. Являясь лидером в отечественном производстве мобильных телефонов, Vivo сыграла ведущую роль в исследованиях и разработках 5G и завоевала эту возможность для себя. Компания Vivo приступила к разработке тестовых прототипов терминалов 5G и участию в тестах в масштабе оператора.



С развитием экономики нашей страны группы населения со средним и высоким уровнем дохода увеличились, а доходы жителей значительно возросли. Это повышает покупательную способность потребителей. В настоящее время многие потребители владеют двумя или более мобильными телефонами одновременно, и частота смены мобильных телефонов потребителями также значительно возросла.

Внутреннее законодательство постепенно улучшило ситуацию на рынке мобильных телефонов. На национальном уровне предпринимаются усилия по ускорению разработки соответствующей политики для обеспечения более четкого руководства и поддержки развития высокотехнологичных отраслей промышленности. Видно, что индустрия мобильных телефонов обладает огромным рынком сбыта.

Существует жесткая конкуренция между мировыми брендами мобильных телефонов, и люди все больше настороженно относятся к иностранным брендам мобильных телефонов и не доверяют отечественным брендам. На рынке мобильных телефонов всемирно известные бренды также занимаются разработкой фирменных мобильных телефонов и занимают определенную долю рынка. В то же время на мобильные телефоны Apple и Huawei приходится более 70% объема транзакций на китайском рынке мобильных телефонов высокого класса. Кроме того, некоторые отечественные мобильные телефоны также быстро растут, и главной целью отечественных мобильных телефонов является рынок недорогих мобильных телефонов Китая, что усилило конкуренцию на рынке недорогих мобильных телефонов.

Недостаточное владение основными технологиями и низкая инновационная способность. Для реализации смартфонов 5G самая большая проблема заключается не только в сложности разработки единого аппаратного и программного обеспечения для мобильных телефонов, но и в интеграции на системном уровне. Взяв в качестве примера облако, трубопровод и конечную часть отраслевой экосистемы систем 5G, необходимо не только реализовать интеграцию облачных функций различных бизнес-сервисов, но и учитывать стоимость трубопроводной инфраструктуры. В то же время, как оператор связи 5G, который в конечном итоге будет предоставлять услуги потребителям, терминал, безусловно, является трудоемким и материалоемким проектом из-за разнообразия типов оборудования и мощных функций.

Высокотехнологичные технологии появляются бесконечным потоком, и пользователи стремятся к ним все больше и больше. Мобильные телефоны 5G чрезвычайно требовательны к повышению уровня искусственного интеллекта. Такие функции, как семантическое распознавание голоса, распознавание изображений и глубокое обучение, требуют, чтобы программное обеспечение было открытым и совместимым.

#### *Стратегия*

Мобильные телефоны Vivo могут по-прежнему делать упор на музыку и фотосъемку, делая телефоны с музыкальными камерами больше и мощнее, одновременно улучшая другие функции продукта, сохраняя уникальность бренда и больше технически не подчиняясь крупным иностранным брендовым компаниям.

Чтобы уменьшить внутренние недостатки и избежать внешних угроз, мобильным телефонам Vivo по-прежнему необходимо постоянно совершенствовать свое технологическое наполнение, чтобы противостоять масштабному вторжению иностранных производителей и ценовой войне отечественных производителей. Постоянное совершенствование технического содержания продукции - единственный способ шаг за шагом создавать имидж бренда и дифференцировать свою продукцию. Несмотря на то, что продукт по-прежнему не имеет ценового преимущества, он может закрепиться на рынке высокого класса за счет увеличения своего технического наполнения.

#### **Список источников**

1. Чэнь Чжуцзюнь, Цзиньхуань. Анализ маркетинговой стратегии отечественных мобильных телефонов [J]. Times Finance, 2018, (17), 263.
2. Чжоу Хуалань, Яо Хуэйли. Анализ маркетинговой стратегии мобильных телефонов Backgammon vivo [J]. Коллективная экономика Китая, 2017, (11), 64-65.

УДК 339.9

# ПУТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИИ «VIVO»

**ВАН ЮН**

магистрант

Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Россия

**Аннотация:** система статистических обследований, углубленное изучение масштабов, структуры, расположения и рынка развития индустрии мобильных телефонов VIVO.

**Ключевые слова:** трансформация, организационная трансформация, развитие компании.

**Annotation:** Statistical survey system, in-depth study of the scale, structure, location and development market of VIVO mobile phone industry.

**Key words:** transformation, organizational transformation, company development.

В течение периода "14-й пятилетки" развитие китайской индустрии мобильных телефонов VIVO претерпит множество важных изменений:

Структура рыночного спроса претерпит серьезные изменения, и перерабатывающие отрасли и конечное потребление будут доминировать на рынке.

Объем значительно увеличится; доля сетевых операций начнет значительно увеличиваться; специализация, сегментация и уточнение

Производство станет новой тенденцией развития индустрии мобильных телефонов VIVO и взаимодействия между компаниями в индустрии мобильных телефонов VIVO

Ассоциация или сотрудничество будут становиться все более и более важными. Чтобы адаптироваться к тенденциям промышленного развития.

Чтобы способствовать быстрому и здоровому развитию индустрии мобильных телефонов VIVO, предлагаются следующие меры и предложения.

*Возможности для руководства макроэкономической политикой индустрии мобильных телефонов VIVO в период с 2023 по 2028 год*

Первый заключается в создании и совершенствовании механизма управления самодисциплиной в индустрии мобильных телефонов VIVO и укреплении макроэкономики промышленного развития.

Для дальнейшего содействия развитию науки в соответствии с "13-м пятилетним планом" национальной индустрии мобильных телефонов VIVO

Общие требования и внедрение плана должны значительно улучшить механизм управления самодисциплиной в отрасли. Создание и совершенствование отрасли

Система статистических обследований, углубленное изучение масштабов, структуры, расположения и рынка развития индустрии мобильных телефонов VIVO

Рынок, спрос, выгоды и другие вопросы: ориентируйте соответствующие предприятия на профессиональное разделение труда и сотрудничество для формирования

Модель умеренной концентрации основана на принципе специализированного производства, принципе экономии за счет масштаба и выживании наиболее приспособленных.

Рыночный механизм, крупные предприятия руководят и координируют развитие индустрии мобильных телефонов VIVO крупными, средними и малыми предприятиями.

*Возможности для корректировки промышленной структуры индустрии мобильных телефонов VIVO в период с 2023 по 2028 год*

Второе - энергично продвигать оптимизацию и модернизацию производственной структуры индустрии мобильных телефонов VIVO. По мере усиления конкуренции,

Промышленная структура индустрии мобильных телефонов VIVO нуждается в срочной оптимизации и модернизации. Энергично продвигайте индустрию мобильных телефонов VIVO

Расширять новые области разработок и применения; благодаря независимым инновациям ускорять внедрение ключевых технологий,

Исследования и разработки общепринятых технологий и вспомогательных технологий, усиление продвижения и применения, а также расширение использования высококачественных продуктов in VIVO

Рыночная доля индустрии мобильных телефонов изменила ситуацию с порочной конкуренцией на низком уровне благодаря профессиональному разделению труда и сотрудничеству

Сформировать совместный производственный потенциал вспомогательных продуктов; посредством реформы акционерной системы, системы акционерного капитала и листинга

И другие формы, образуют крупную корпоративную группу и становятся основой для корректировки и оптимизации структуры индустрии мобильных телефонов VIVO

Укрепление; проводить политику преференциальной поддержки малых и средних предприятий, совершенствовать систему обслуживания малых и средних предприятий и продвигать

Малые и средние предприятия в индустрии мобильных телефонов VIVO развиваются в направлении специализации, усовершенствования, специализации и новых разработок.

Повысить способность поддерживать крупные предприятия.

*Проблемы и контрмеры, стоящие перед индустрией мобильных телефонов VIVO в период с 2023 по 2028 год*

Второе - энергично продвигать оптимизацию и модернизацию производственной структуры индустрии мобильных телефонов VIVO. По мере усиления конкуренции,

Промышленная структура индустрии мобильных телефонов VIVO нуждается в срочной оптимизации и модернизации. Энергично продвигайте индустрию мобильных телефонов VIVO

Расширять новые области разработок и применения; благодаря независимым инновациям ускорять внедрение ключевых технологий,

Исследования и разработки общепринятых технологий и вспомогательных технологий, усиление продвижения и применения, а также РАСШИРЕНИЕ использования высококачественных продуктов in VIVO

Рыночная доля индустрии мобильных телефонов изменила ситуацию с порочной конкуренцией на низком уровне благодаря профессиональному разделению труда и сотрудничеству

Сформировать совместный производственный потенциал вспомогательных продуктов; посредством реформы акционерной системы, системы акционерного капитала и листинга

И другие формы, образуют крупную корпоративную группу и становятся основой для корректировки и оптимизации структуры индустрии мобильных телефонов VIVO

Провести политику преференциальной поддержки малых и средних предприятий, совершенствовать систему обслуживания малых и средних предприятий и продвигать

Малые и средние предприятия в индустрии мобильных телефонов VIVO развиваются в направлении специализации, усовершенствования, специализации и новых разработок.

Повысить способность поддерживать крупные предприятия.

## Список источников

1. Чэнь Хэ. Исследование дифференцированных маркетинговых стратегий на внутреннем рынке смартфонов vivo [D]. Шанхай: Университет Дунхуа, 2018.
2. Ван Хуан. Анализ маркетинговой стратегии бренда мобильных телефонов VIVO в контексте мобильного интернета [J]. Экономический рынок науки и технологий, 2019, (07),

УДК 33

# АНАЛИЗ УСПЕШНО РЕАЛИЗОВАННЫХ СТРАТЕГИЙ (НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОГО КЛАСТЕРА САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

ЧЕРНОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА

магистрант

Северо-Западный институт управления

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Аннотация:** В статье рассматривается стратегия социально-экономического развития на примере авиационного кластера Сахалинской области. Приведены основные показатели деятельности аэропортов острова и Единой дальневосточной авиакомпании. Стратегия дискутируется – как успешно реализованная и действующая на данный момент в регионе.

**Ключевые слова:** социально-экономическое развитие, стратегия планирования, анализ деятельности авиапредприятий, развитие регионов

## ANALYSIS OF SUCCESSFULLY IMPLEMENTED STRATEGIES (BY THE EXAMPLE OF THE AVIATION CLUSTER OF THE SAKHALIN REGION)

Chernova Mariia Olegovna

**Abstract:** The article discusses the strategy of socio-economic development on the example of the aviation cluster of the Sakhalin region. The main performance indicators of the airports of the island and the United Far Eastern Airlines are given. The strategy is being discussed - as successfully implemented and currently operating in the region.

**Key words:** socio-economic development, planning strategy, analysis of the activities of aviation enterprises, development of regions.

### Введение

В данной статье поставлена задача рассмотреть стратегическое планирование и стратегию социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Основным документ теоретической части закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28 июня 2014 года. В нем говорится об основных понятиях стратегического планирования, а также о принципах и задачах.

Стратегия социально-экономического развития рассматривается на примере авиационного кластера Сахалинской области. Основная цель статьи доказать успешную реализацию данной стратегии на примере выполненных этапов и основных показателей Сахалинских авиапредприятий. В практической части приведен анализ и итоговые цифры выполненной работы за последний год деятельности организаций.

### Стратегическое планирование в России: общие положения

В России закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» был принят летом 2014 года. В рамках документа **стратегическое планирование** рассматривается как: деятельность участников стратегического планирования по целеполаганию, прогнозированию, планированию и программированию социально-экономического развития Российской Федерации, и ее внутренних субъектов [1].

**Принципы стратегического планирования** основываются на принципах единства и целостности, разграничения полномочий, преемственности и непрерывности, сбалансированности системы стратегического планирования, результативности и эффективности стратегического планирования, ответственности участников стратегического планирования, прозрачности (открытости) стратегического планирования, реалистичности, ресурсной обеспеченности, измеряемости целей, соответствия показателей целям и программно-целевом принципе.

**Основными задачами стратегического планирования** являются:

1. координация государственного и муниципального стратегического управления и мер бюджетной политики;
2. определение внутренних и внешних условий, тенденций, ограничений, диспропорций, дисбалансов, возможностей;
3. определение приоритетов социально-экономической политики, целей и задач социально-экономического развития страны;
4. выбор путей и способов достижения целей и решения задач социально-экономической политики;
5. формирование и проведение комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение целей и решение задач социально-экономического развития;
6. определение ресурсов для достижения целей и решения задач социально-экономической политики и социально-экономического развития;
7. координация действий участников стратегического планирования и мероприятий, предусмотренных документами стратегического планирования, по срокам их реализации, ожидаемым результатам и параметрам ресурсного обеспечения;
8. организация мониторинга и контроля реализации документов стратегического планирования;
9. научно-техническое, информационное, ресурсное и кадровое обеспечение стратегического планирования;
10. создание условий, обеспечивающих вовлечение граждан и хозяйствующих субъектов в процесс стратегического планирования.

Стратегическое планирование в рамках социально-экономического развития субъектов Российской Федерации состоит в исходной базе долгосрочной стратегии с горизонтом до 2030 года.

Процедура стратегического планирования предполагает наличие в отдельно взятом регионе хорошо поставленной системы прогнозирования и не допускает шаблонного подхода, поскольку регионы отличаются друг от друга по:

- географическим характеристикам и природным ресурсам;
- экономическим условиям, характеристикам и результатам деятельности агентов экономической активности;
- социальной организации жизнедеятельности населения;
- экологическим условиям;
- политическим условиям и эффективности деятельности органов власти [3].

### **Анализ работы авиационного кластера Сахалинской работы в рамках реализации стратегии социально-экономического развития региона**

В статье 32 закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» рассматривается **стратегия социально-экономического развития**. Она состоит из системы мероприятий, направленных на реализацию долгосрочных задач социально-экономического развития страны с учетом рационального вклада регионов в решение этих задач, определяемого реальными предпосылками и ограничениями их развития.

Сахалинская область – единственный островной регион Дальневосточного Федерального округа и является крупнейшим островом России. Площадь региона составляет 87,1 тыс. кв. км<sup>1</sup> и в его состав входят остров Сахалин с прилегающими небольшими островами Монерон и Тюлений и группа Курильских островов.

Численность и плотность населения региона Сахалинской области на 1 января 2020 года соста-

вила 488,3 тыс. человек. Плотность населения – 5,6 человек на кв. км<sup>3</sup>.

Воздушный транспорт – основное средство передвижения между островом и материком. Транспортные перевозки напрямую зависят от погодных условий. Авиационная инфраструктура Сахалинской области представлена шестью аэродромными комплексами, включенными в Государственный реестр аэродромов и вертодромов гражданской авиации Российской Федерации<sup>14</sup>. Аэродром – Южно-Сахалинск (Хомутово), Итуруп (Ясный), пгт. Ноглики, пгт. Шахтерск, Южно-Курильск (Менделеево), а также аэродром в городе Охе [4]. Дополнительно по всей территории области размещены 44 посадочные площадки, в том числе для обеспечения проектов «Сахалин-1» и «Сахалин-2»<sup>15</sup>. С 2019 года обновлены рейсы самолетом из г. Южно-Сахалинска в пгт. Шахтерск и пгт. Ноглики, вертолетное сообщение соединило о. Итуруп, о. Кунашир и о. Шикотан [2].

В Сахалинской области стратегия социально-экономического развития определена на период до 2035 года. В настоящем положении указаны основные направления и регламентированный план мероприятий. В пункте № 6 Задача 3 рассматриваются такие этапы как:

- строительство нового аэровокзального комплекса в Южно-Сахалинске и формирование на его базе инфраструктуры аэродропа, включающего логистическую, деловую зону, образовательную, научно-технологическую и инновационную инфраструктуры;
- модернизация аэропорта города Южно-Сахалинск;
- привлечение международных и российских авиаперевозчиков и инвесторов, в том числе с новейшим парком авиаборт, способных обеспечивать дальность перевозки более 8 тыс. км;
- формирование на территории аэродропа логистической зоны со статусом особой экономической зоны портового типа.

Объемы пассажирских перевозок через аэропорты области ежегодно увеличиваются: в 2019 году по сравнению с 2013 годом они выросли с 0,9 до 1,1 млн человек в год.

Основной объект – это Строительство нового аэровокзального комплекса в Южно-Сахалинске и формирование на его базе инфраструктуры аэродропа, включающего логистическую, деловую зону, образовательную, научно-технологическую и инновационную инфраструктуры. Открытие аэровокзала обеспечит области не менее 1000 рабочих мест, откроет новые авианаправления.

Действующий международный аэропорт «Южно-Сахалинск» (АО «Аэропорт Южно-Сахалинск») был открыт в 1945 году. В настоящий момент в состав предприятия входят три филиала: «Аэропорт Ноглики», «Аэропорт Оха», ОП «Аэропорт Шахтерск».

В 2016 году была реконструирована взлетно-посадочная полоса аэропорта «Южно-Сахалинск», что позволило принимать тяжёлый дальний транспортный самолёт. Для островного региона это стало возможностью разрешить многие вопросы логистики.

В аэропорту пгт. Шахтерск построено новое здание аэровокзала, открытие которого состоялось 28 декабря 2021 года. Сегодня аэровокзал имеет высокую для таких объектов пропускную способность – 70 человек в час.

По итогам 12 месяцев АО «Аэропорт Южно-Сахалинск» обслужило 1069,6 тыс. пассажиров. Этот показатель на 53% превышает показатель предыдущего года, однако достичь уровня докризисного 2019 года не удалось (снижение по сравнению с 2019 годом на 12%). Самый значительный рост количества пассажиров отмечен на внутренних рейсах в Москву, Владивосток, Хабаровск, Новосибирск, а также на внутрирегиональных направлениях [5].

В 2021 году начаты перевозки пассажиров и багажа воздушными судами пассажироместимостью авиакомпании «Тайга» до 19 человек по 4 маршрутам: Южно-Сахалинск - Шахтерск, Южно-Сахалинск - Александровск-Сахалинский, Южно-Сахалинск - Зональное, Зональное - Ноглики. За 2021 год перевезено более 13 тыс. человек по данным маршрутам.

В 2021 году обустроены посадочные площадки в селе Леонидово и пгт. Смирных, начато регулярное авиасообщение Южно-Сахалинск - Смирных и Южно-Сахалинск - Леонидово («Поронайский городской округ»).

В 2021 году была создана Единая дальневосточная авиационная компания, которая начала выполнять первые прямые беспосадочные рейсы, связав Южно-Сахалинск и Петропавловск-Камчатский,

а также Шахтерск, Ноглики и Оху с Хабаровском.

С 18 августа 2021 года Авиакомпания «Аврора» в партнерстве с авиакомпаниями «Якутия», «Хабаровские авиалинии» и «Камчатское авиапредприятие» начала выполнять регулярные полеты по 20 маршрутам.

Сделаны первые шаги по созданию единой маршрутной сети с удобными стыковками и комфортными тарифами для жителей и гостей Дальневосточного федерального округа.

Южно-Сахалинск, 9 февраля 2022 года, - Международный аэропорт «Южно-Сахалинск» сообщает об итогах производственной деятельности за период с января по декабрь 2021 года. За 12 месяцев аэропорт обслужил 1 069,6 тыс. пассажиров.

### Заключение

В современных реалиях большую роль в развитии регионов Российской Федерации осуществляет долгосрочное стратегическое планирование. Рассматривая стратегию социально-экономического развития на примере авиационного кластера Сахалинской области, мы увидели, как ряд мероприятий обеспечивает устойчивое развитие отдаленного от материка субъекта России. Рассмотрели основные выполненные этапы в рамках анализа успешно реализующейся в настоящий момент стратегии.

### Список источников

1. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 N 172-ФЗ (последняя редакция): [Электронный ресурс] URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_164841/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/) (20.03.2023).

2. Сведения о посадочных площадках на территории Дальневосточного МТУ Росавиации: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dvmtu-favt.ru/upload/medialibrary/a16/a165d72d1eb1637f0820f50640d8b808.pdf> (20.03.2023).

3. Потапов Л.В., Мункодугарова А.Б. Методологические подходы к совершенствованию стратегического планирования как фактора регионального развития // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2015. № 3. С. 11–15.

4. Государственный реестр аэродромов и вертодромов гражданской авиации Российской Федерации по состоянию на 20 марта 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <https://favt.ru/public/materials//1/e/1/1/6/1e116330903a02bab5169f4062-60b500.rtf> (20.03.2023).

5. Официальный сайт АО «Аэропорт Южно-Сахалинск»: [Электронный ресурс]. URL: <https://airportus.ru/> (20.03.2023).

УДК 004.94

# ЦИФРОВИЗАЦИЯ УРАНОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ТОО «СП «ИНКАЙ»

**КОШКЕНОВА МЕРГЕН АБАЕВИЧ,**

магистрант

**СЕМЕНОВА ДАРЬЯ ЮРЬЕВНА**

старший преподаватель

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы цифровизации уранодобывающей отрасли на примере действующего предприятия Республики Казахстан ТОО «СП «ИНКАЙ». Авторами рассмотрены области применения цифровых инструментов в рамках проекта цифровизации «Интеллектуальное месторождение», систематизированы результаты и эффекты внедрения. Показано, что экономическая эффективность цифровизации месторождения достигается за счет улучшения экономических параметров добычи урана.

**Ключевые слова:** уранодобывающая отрасль, интеллектуальное месторождение, цифровизация, мониторинг.

## DIGITALIZATION OF THE URANIUM MINING INDUSTRY BY THE EXAMPLE OF JV INKAI LLP

**Koshkenov Mergen Abaevich,****Semenova Darya Iurievna**

**Annotation.** The article deals with the issues of digitalization of the uranium mining industry on the example of the operating enterprise of the Republic of Kazakhstan JV INKAI LLP. The authors considered the areas of application of digital tools within the framework of the Smart Field digitalization project, systematized the results and effects of implementation. It is shown that the economic efficiency of deposit digitalization is achieved by improving the economic parameters of uranium mining.

**Key words:** uranium mining industry, smart deposit, digitalization, monitoring.

ТОО «СП «Инкай» разрабатывает и реализует программные мероприятия по повышению эффективности добычи урана за счет разработки и внедрения инновационных технологий, оптимизации фонда скважин и совершенствования системы разработки месторождений.

Технологический процесс производства готовой продукции ТОО «СП «Инкай» охватывает добычу урана способом подземного скважинного выщелачивания серной кислотой с получением продуктивных (урансодержащих) растворов.

Компания нацелена на применение энергоэффективных технологий, позволяющих оптимизировать производственные энергозатраты. Типовым комплексным решением энергоэффективной схемы добычи, сбора и подготовки урановой продукции является разработка и эксплуатация разрабатываемых участков, где реализованы такие решения, как технологии одновременно-раздельной эксплуатации (ОРЭ) на нагнетательных и добывающих скважинах, внедрение многофазных насосов, закачка полимеров различных модификаций.

Положительные результаты применения проектов цифровизации в добывающей отрасли, и в частности опыта российского Уранового холдинга «АРМЗ» [1] по созданию «Умного рудника», в основе которого лежит концепция цифрового двойника, позволяют говорить о высокой эффективности приме-



нения цифровых технологий для добычи ископаемых ресурсов. Технология «Умного рудника» позволяет оптимизировать разработку месторождения на основе управления технологической информацией в реальном времени, а также повысить безопасность работы на месторождении за счет предотвращения аварийных и внештатных ситуаций. ТОО «СП «Инкай», взяв за основу лучшие практики по применению цифровых решений в добывающей отрасли, планирует внедрение «умных» технологий на месторождении «Мынкудук» в Туркестанской области [2].

Целью проекта является управление разработкой месторождения с максимальной эффективностью, которая выражается в повышении объема добычи при снижении операционных затрат, уменьшении потерь объемов добычи и издержек, что достигается за счет управления данными в режиме реального времени, интегрированного моделирования производственных процессов месторождения, формирования среды для принятия решений многофункциональными группами.

Практическая значимость проекта заключается в развитии технологии удаленного управления скважинами и их автоматическом выведении на интегральный по всему месторождению оптимальный режим (что является затруднительным без применения средств моделирования с использованием геологии и истории разработки). Комплекс «умных» технологий позволяет удаленно вести мониторинг и наблюдение за работой скважин, непрерывно контролировать проведение замеров.

Сохранение себестоимости урана при увеличении добываемого объема, является главной целью внедрения проекта «Интеллектуальное месторождение». На рисунке № 1 показана систематизация охватываемых в рамках проекта цифровизации бизнес-процессов управления месторождением, используемых инструментов, результатов их применения и достигаемых эффектов за счет цифровизации.



Рис. 1. Структурные элементы проекта цифровизации месторождения «Мынкудук» ТОО «СП «Инкай»

В результате внедрения проекта «Интеллектуальное месторождение» ожидается:

- снижение капитальных затрат на ремонт и простои оборудования;
- снижение операционных затрат;
- увеличение промышленной безопасности и охраны труда.

Согласно плану разработки месторождения «Мынкудук» ТОО «СП «Инкай» помимо основных бизнес-процессов и инструментов, представленных на рисунке 1, для повышения качества управления добычей будут внедрены следующие инструменты:

1) Система производственных показателей: повышение автоматизации процессов и платформа для визуализации достижения производственных показателей, позволяющие аналитикам и принимающим решения лицам в режиме реального времени осуществлять мониторинг и контроль эффективности производства.

2) Интегрированное моделирование актива: установление уровней производительной мощности будет основано на интегрированной цифровой модели с возможностью ее оптимизации.

3) Мониторинг актива: внедрение комплексных возможностей мониторинга для всех аспектов актива, включая скважины, наземные сооружения, химикаты и выбросы, для обеспечения их соответствия нормальным эксплуатационным пороговым параметрам.

4) Обеспечение безопасности работ и отслеживание персонала: мониторинг местоположения всех сотрудников, определение потенциальные проблемы по мере их появления и оперативное реагирование.

5) Интегрированное планирование деятельности и интеграция системы технического обслуживания: повышение качества планирования и соблюдение сроков за счет устранения простоев техники и ошибок в планировании работ проектных дисциплин и бригад.

Для оценки эффективности внедрения проекта «Интеллектуальное месторождение» необходимо ввести критерии, характеризующие состояние экономической системы (в данном случае, месторождения) без использования цифровых технологий и с их применением. Сравнение критериев позволит сделать выводы о положительном или отрицательном влиянии проекта цифровизации на экономические показатели месторождения [3, с. 49]. Автором исследования предлагается рассмотреть следующие критерии:

- достижение поставленных целей по экономическим показателям месторождения;
- качество функционирования;
- затраты.

В целях оценки эффективности проекта вводятся весовые коэффициенты, характеризующие значимость критериев для предприятия ТОО «СП «Инкай» при внедрении проекта цифровизации. Детализация критериев оценки эффективности, их весовые коэффициенты, а также значения коэффициентов без использования цифровых решений и с их применением представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

**Основные критерии оценки эффективности проекта «Интеллектуальное месторождение» для ТОО «СП «Инкай»**

Система направлений оценки эффективности	Основные критерии оценки эффективности	Вес коэф., К	Значение	
			Vб, без внедрения	Vд, после внедрения проекта
Достижение целей	Прибыль (тыс. тенге)	1	36 750	44 100
	Уровень добычи урана	0,8	14	19,5
	Затраты на установку оборудования	0,8	22	17
Качество функционирования	Затраты на доставку оборудования (тыс. тенге)	1	174	60
Затраты	Затраты на обслуживание оборудования (тыс. тенге)	1	140	150
	Количество сотрудников с увеличенными полномочиями и ответственностью	0,5	5	8
	Затраты на персонал	0,6	10	24
	Кол-во контрактов компании	0,5	7	8

Интегральный показатель эффективности внедрения Проекта «Интеллектуальное месторождение» рассчитывается по формуле:

$$E = \frac{\sum K \cdot V_D}{\sum K \cdot V_6} \times 100\% = \frac{44361,6}{37104,8} \times 100 = 119,6\%.$$

В заключении, внедрение проекта «Интеллектуальное месторождение» в первую очередь является инвестиционным проектом, эффективность которого выражается в улучшении экономических параметров добычи на месторождении «Мынкудук». Расчет интегрального показателя эффективности деятельности на месторождении, включающего эффекты проекта в виде снижения капитальных затрат, увеличения добычи, снижения операционных затрат, позволяет сделать вывод об увеличении эффективности на 19,6% с применением цифровых решений на месторождении «Мынкудук».

### Список источников

1. Цифровой двойник. Анализы, тренды, мировой опыт. Корпоративное издание Росэнергоатом. Росатом. Прохоров А., Лысачев М. под редакцией проф. Боровиков А. <https://data.atomcloud.ru/books/digital twin book.pdf>
2. ТОО «СП «Инкай». <https://inkai.kazatomprom.kz/ru/subcontent/biz-turaly/o-nas-14>
3. Гайнутдинов Э.М., Поддеригина Л.И. Экономическая оценка инновационных технических решений. Часть 1: Монография. — Минск: БНТУ, 2020. — 332 с.

УДК 658.5.012.1

# УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

**МЕРГЕНЕВА КРИСТИНА ДМИТРИЕВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

*Научный руководитель: Кондрачук Ольга Евгеньевна**старший преподаватель**ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»*

**Аннотация:** в статье подчеркивается важность и актуальность управления производительностью труда. Его влияние на эффективность работы организации. Внедрение необходимых стратегий управления производительностью организации, которые могут повысить эффективность, снизить затраты и увеличить прибыль.

**Ключевые слова:** производительность труда, управление, трудовой процесс, эффективность, проблемы в организации.

## MANAGEMENT OF LABOR PRODUCTIVITY IN THE ORGANIZATION

**Mergeneva Kristina Dmitrievna***Scientific adviser: Kondrachuk Olga Evgenievna*

**Annotation:** The article emphasizes the importance and relevance of labor productivity management. Its impact on the effectiveness of the organization. Implement the necessary organizational performance management strategies that can improve efficiency, reduce costs and increase profits.

**Key words:** labor productivity, management, labor process, efficiency, problems in the organization.

Концепция управления производительностью стала незаменимой в современных организациях. Потребность в повышении производительности проистекает из растущей конкуренции в отрасли и необходимости достижения организациями своих целей. Эффективное управление производительностью может помочь организациям достичь своих целей, одновременно повышая эффективность работы сотрудников. На мой взгляд, производительность является важным фактором успеха любой организации, что делает ее важной областью деятельности, ведь правильное управление позволяет руководителю достичь цели организации и отдельного человека в соответствии с трудовыми ресурсами организации.

Говоря о терминологии, хочется сказать, что производство – это показатель эффективности и результативности работы организации. В сегодняшней высококонкурентной бизнес-среде организации попросту не могут позволить себе быть неэффективными и непродуктивными, ведь рынок имеет слишком высокую конкуренцию. Управление производительностью труда является важным показателем успеха организации [1].

Концепция управления производительностью труда является фундаментом стратегии предприятия, которая, как мне кажется, направлена на оказание прямого влияния на производительность и прибыльность предприятия, ведь при управлении производительностью труда организационное управле-

ние сотрудниками осуществляется для обеспечения безопасности сотрудников.

Во-первых, управление производительностью труда позволяет организации максимально эффективно использовать все свои доступные ресурсы. Когда работники продуктивны, они производят больше продукции при том же объеме затрат. Это помогает сэкономить затраты для организации, которые могли бы reinvestировать средства в другие сферы бизнеса.

Во-вторых, организации могут мобилизовать своих сотрудников и повысить производительность труда, применяя стратегии, улучшающие условия труда, предоставляющие возможности для карьерного роста и обеспечивающие справедливую заработную плату за проделанную работу.

В-третьих, технология может играть важную роль в управлении трудовым производством. Автоматизация и цифровизация могут улучшить бизнес-процессы, уменьшить количество ошибок и повысить производительность. Инвестируя в технологии, организации могут оптимизировать повторяющиеся задачи, улучшать коммуникацию и предоставлять сотрудникам инструменты и ресурсы, необходимые для эффективной работы [2].

Ни для кого не секрет, что в последние годы управлению трудовым производством уделяется все больше и больше внимания в мире организации. Ведь важность управления производительностью труда очевидна – эта стратегия помогает организациям получить конкурентное преимущество и повысить удовлетворенность клиентов.

Актуальность вопроса подтверждается работниками предприятия, которые могут снизить высокие производственные затраты, а также создать безопасную рабочую среду и повысить эффективность работы работников. На мой взгляд, надлежащая работоспособность может повысить мотивацию сотрудников и удовлетворенность их работой, а также связанные с этим затраты [3].

Хочется выделить ряд проблем, с которыми сталкиваются менеджеры при эффективном использовании рабочей силы. Одной из них является способность поддерживать связь и баланс между потребностями в удовлетворении, а другой – является нехватка ресурсов, включая финансовые ресурсы и правильные инструменты для эффективного измерения производительности [4].

Существует множество стратегий управления производительностью, которые организации могут принять для повышения производительности. Подходы к постановке целей гарантируют, что сотрудники имеют четкое представление о том, чего от них ожидают, а также о сроках достижения целей. Помимо вышесказанного, обратная связь играет важнейшую роль в направлении сотрудников к достижению поставленных перед ними целей. Именно она должна быть как положительной, так и конструктивной. Предоставление сотрудникам возможности участвовать в процессах принятия решений, мероприятиях по сплочению команды и инициативах по обеспечению баланса между работой и личной жизнью может повысить их моральный дух и производительность.

Подводя итоги, мне хотелось бы отметить, что управление производительностью труда имеет важное значение для успеха любой организации. Эффективно используя ресурсы, увеличивая число сотрудников и их стимулы, а также используя технологии, компании могут повысить производительность труда рабочих. Организации должны постоянно оценивать и модифицировать свои стратегии, чтобы обеспечить продуктивную и мотивированную рабочую силу, что в свою очередь должно привести к конкурентным преимуществам и успеху на конкурентном рынке [5].

Использование научных методов, технологий и мотивация сотрудников являются основными методами достижения оптимальной производительности в организации. Однако внедрение этих методов должно быть адаптировано к конкретным потребностям и обстоятельствам организации.

Именно правильно внедренные стратегии управления производительностью смогут помочь организации достичь своих целей и оставаться успешной в долгосрочной перспективе.

#### Список источников

1. Гершанок, А.А. Организация труда в реализации задач повышения эффективности производства, ускорения роста производительности труда / А.А. Гершанок // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 3-1. — С. 70-72

2. Комаристый Д.П. Задачи, связанные с управлением производительностью труда / Д.П. Комаристый // Вестник Воронежского института высоких технологий. - 2018. - № 2 (21). - С. 199-201.
3. Сычева, М.Л. Основные направления повышения производительности труда на предприятии / М.Л. Сычева, Е.В. Шевченко Е. // Ученые записки КФУ имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2018. – №2. – с.138-142.
4. Трифонов, С.В. К вопросу повышения производительности труда на предприятии / С.В. Трифонов // Инновационная наука. — 2020.- № 1. — С. 56-62.
5. Закирьянова, Л.Р. Производительность труда как основной показатель эффективности трудовой деятельности / Л.Р. Закирьянова // Молодежь и наука. — 2017. — № 4-3. — С. 18.

# МАРКЕТИНГ

УДК 33

# МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ ОТТОКА КЛИЕНТОВ С ЦЕЛЬЮ ИХ УДЕРЖАНИЯ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ

ИВАНЮК НАТАЛЬЯ АНАТОЛЬЕВНА

аспирант  
РЭУ имени Г.В. ПЛЕХАНОВА*Научный руководитель: Мхитарян Сергей Владимирович**д. э. н., профессор  
РЭУ имени Г.В. ПЛЕХАНОВА*

**Аннотация:** в статье представлено моделирование вероятности оттока клиентов компании, потребляющих услугу проводного интернета, путем реализации предиктивной модели в среде программирования Python, используя алгоритм машинного обучения градиентного бустинга. Предлагается использовать в качестве основных предикторов оттока динамику потребляемого трафика интернет, жалобы в call-center и т.п.. Автор описывает основные моменты построения предиктивной модели вероятности ухода клиента и формулирует важность сегментирования потребителей по их ценности для компании с целью коммуникации и удержания в клиентской базе, обеспечивая при этом окупаемости активности по оптимизации оттока.

**Ключевые слова:** отток клиентов, предиктивная модель, вероятность, удержание, персонализация.

**Abstract:** The article presents a simulation of the probability of outflow of the company's customers consuming wired Internet service by implementing a predictive model in a Python programming environment using a gradient boosting machine learning algorithm. It is proposed to use the dynamics of consumed Internet traffic, complaints to the call center, etc. as the main predictors of outflow.. The author describes the main points of constructing a predictive model of the probability of customer departure and formulates the importance of segmenting consumers according to their value for the company in order to communicate and retain in the customer base, while ensuring the payback of outflow optimization activity.

**Key words:** customer churn, predictive model, probability, retention, personalization.

Пандемия COVID-19 изменила маркетинговый ландшафт. Стремительная автоматизация многих бизнесов, рост онлайн оплат услуг, смещение в онлайн коммуникации с клиентами, эти изменения перевернули стратегии многих компаний со стандартного маркетинга в сторону персонализированного.

Потребители меньше заботятся о лояльности к бренду и больше о том, чтобы получить положительный опыт и хорошее соотношение цены и качества. По данным исследовательской компании Forrester 77% потребителей выбрали, порекомендовали или заплатили за бренд, предлагающий персонализированный опыт [1].

Чем более искусно бизнес использует данные для расширения знаний и связей потребителей, тем выше рентабельность инвестиций. Исследования показывают, что компании, преуспевающие в персонализации, получают на 40% больше дохода от этой деятельности, чем средние игроки. [2]

Персонализация со временем зарекомендовала себя как неотъемлемая часть успешного бизнеса, так как дает возможность пользователю почувствовать свою особенность перед другими людьми,



создает ощущение заботы, не нарушая личного пространства. На текущий момент многие Российские крупные компании уже успешно используют персонализированный подход к клиенту.

Например, онлайн-кинотеатр «Иви» внедрил новый алгоритм персонализированных рекомендаций, в основе которого лежит уникальный алгоритм «Мэтч», который предсказывает, насколько новый сериал или фильм будет интересен определенному зрителю, учитывая его историю просмотров и оценок. Внутренние исследования «Иви» показали рост интереса к фильмам и сериалам из рекомендаций на 15%. Доля тех, кто, высоко оценил работу алгоритма, достигает 92% пользователей. [3]

Или Сбербанк, использующий предиктивную аналитику. Так, сегодня примерно 8-9% прибыли Сбербанка формируется благодаря предвидению потребностей клиентов, т.е. компания научилась зарабатывать на персонализации. Одним из направлений работы компании является принцип «предвидеть» — речь идет о предиктивной аналитике. Банк стремится предсказывать потребности клиента по его профилю. Ранее компания использовала подход прогнозирования вероятности клиента соглашения на предложение. Например, приобретение кредитной карты. Далее клиентская база ранжировалась по вероятности отклика, выбирались наиболее склонные к оформлению карты клиенты и проводилась коммуникация с ними. На текущий момент Сбербанк меняет подход к предиктивной аналитике в сторону движения к прогнозированию будущей клиентской потребности в определенный момент времени. Т.е. первоначально аналитика пытается понять, что для клиента в приоритете и уже в дальнейшем удовлетворение его потребностей через сервисы или продукты. [4]

Согласно опросу Apptentive, 97% покупателей наиболее лояльны к тому бренду, который прислушивается к их отзывам. А 55% опрошенных заявили, что не желают оставаться клиентами компании, игнорирующей их мнения и пожелания. Благодаря постоянному взаимодействию с брендом существующие клиенты могут рассказать больше о слабых местах сервиса. Чтобы узнать их предложения, можно обратиться к ним в любое время. Реализация обратной связи с потребителями помогает бренду улучшить маркетинговые стратегии и качество обслуживания, что приводит к повышению продаж и увеличению показателя удержания клиентов. [5]

Цифровизация точек соприкосновения с клиентом сделала переход клиента от одной компании к другой более легким. При этом проблематика удержания клиентов, становится более актуальной, учитывая, что сохранение клиента обходится дешевле, чем привлечение нового покупателя.

В текущих условиях актуальной становится задача создания технологии моделирования, позволяющей в режиме реального времени проводить расчеты большого числа характеристик для различных вариантов построения сложных моделей с обеспечением требуемой достоверности выводов для различных задач бизнеса, в том числе моделирования склонности клиентов к оттоку.

Возможности появления такой технологии возникли только в последние десятилетия, и они связаны с развитием информационно-телекоммуникационных технологий и их инфраструктуры, позволяющих:

- быстрое преобразование различных видов информации (текстов, сигналов, изображений, видео и т.п.) в цифровую форму,
- хранение большого объема цифровых данных и быстрый поиск необходимых данных в соответствующих хранилищах,
- быструю передачу по каналам связи больших объемов данных (а также возможность удаленного доступа к данным, в том числе одновременного доступа для большого числа пользователей),
- быструю обработку больших массивов данных (с использованием средств сверхвысокой производительности, распределенных вычислений и т.д.),
- возможности сбора данных о показателях функционирования технических и информационных систем за счет использования датчиков, каналов передачи информации, и т.п., составляющие инфраструктурную компоненту Интернета вещей [6].

Опираясь на эти возможности, появилось новое научное направление — предсказательное моделирование на основе данных (предиктивная аналитика), в рамках которого были одновременно и независимо созданы соответствующие технологии, которые позволили решить многие задачи маркетинга, в том числе предсказывать клиентов, склонных к оттоку с целью своевременного удержания их и

доли рынка.

На текущий момент в виде хранилища огромных данных компании часто используют Data Lake Hadoop с ключевой технологией «больших данных» - это свободно распространяемый набор утилит, библиотек и фреймворк для разработки и выполнения распределённых программ, который используют и доработают такие компании как Facebook, Yandex, Amazon, Ebay, Mail, МТС, Билайн.

Одной из наиболее используемой системой прогнозной аналитики является среда программирования Python.

В целях реализации предиктивной модели вероятности оттока клиентов в сфере потребительских услуг часто реализуется алгоритм градиентного бустинга - это алгоритм машинного обучения, используемый как для задач классификации, так и для задач регрессии, который работает по принципу обучения: множество слабых факторов совместно могут дать более точный прогноз. При бустинге используются слабые предикторы, которые работают немного лучше, чем случайное событие. Но точность достигается при последовательном суммировании слабых событий и корректном фильтровании наблюдений, которое происходит на каждом этапе (рис. 1).

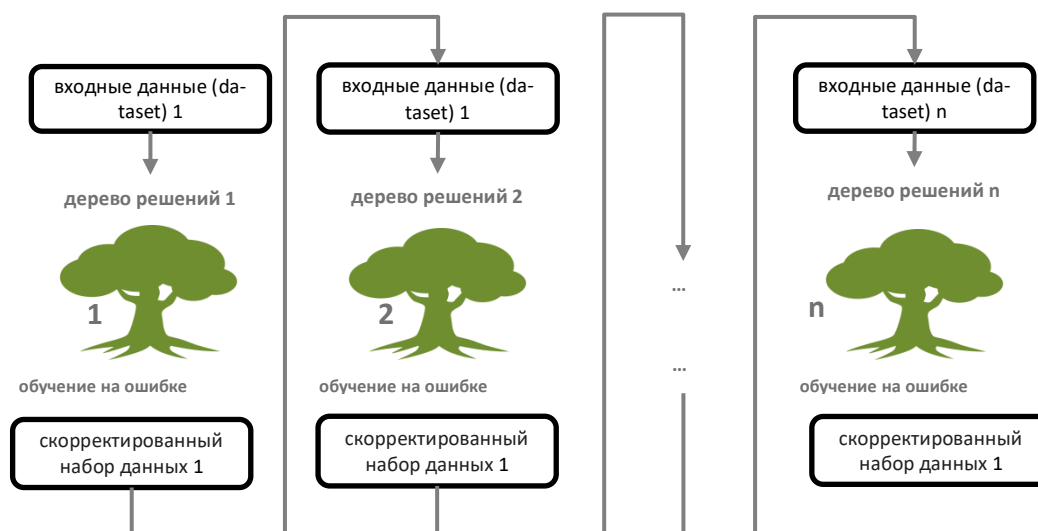


Рис. 1. Схема работы алгоритма бустинга

Градиентный бустинг дает возможность получить вероятность оттока в разрезе каждого потребителя. Предикторы являются индивидуальными деревьями в «лесу» принятия решений. Все деревья соединены последовательно, и каждое пытается свести к минимуму ошибку предыдущего дерева. Окончательная модель суммирует результаты каждого шага, и таким образом достигается высокий уровень обучаемости.

Благодаря такому последовательному подключению алгоритм медленно обучается, но при этом повышается точность. Преимущество более медленной скорости обучения заключается в том, что модель становится более надежной и эффективной. Однако, если скорость обучения низкая, необходимо больше деревьев для обучения модели. Использование слишком большого количества деревьев создает высокий риск переобучения, что снижает точность модели. Таким образом, предиктивную модель оттока необходимо тщательно настраивать для получения лучших результатов. При этом важно обеспечить качественные структурированные входные данные по предикторам в необходимом множестве.

К ключевым параметрам алгоритмов обучения, предиктивной аналитики, которые влияют на производительность и точность модели, относятся:

- $n\_estimators$  - число деревьев в "лесу"
- скорость обучения означает, насколько быстро обучается модель

➤ точность (Ассигасу) модели: процент правильных положительных прогнозов по отношению к общему количеству положительных прогнозов и является самой важной метрикой для дальнейшего выделения клиентов, склонных к оттоку.

Исследование построения предиктивной модели оттока клиентов в сфере деятельности предоставления услуг проводного интернета (услуги связи), описанное в текущей статье, в качестве входных параметров используется:

1. Количество жалоб с обращением клиента в call-center в месяц;
2. Объем потребления интернет-трафика клиентом за месяц;
3. Число контактов с конкурентами (заход на сайт, звонок и т.п.) в месяц;
4. Своевременное внесение платежа за услугу в необходимом объеме в месяц.

### 1. Количество жалоб с обращением клиентов в call-center

Согласно исследованиям, большинство клиентов не приходят в компанию с жалобами, поэтому причину снижения лояльности не всегда можно выявить.

По типологии реакции возможна сегментация базы на:

- «молчуны» - никогда не жалуются (показатель равен 0);
- «не желающие молчать» - периодически поступает обоснованная жалоба (периодически показатель равен 1);
- «капризные» - постоянно поступает жалоба, не всегда с проблематикой (показатель выше 0 часто, в том числе выше 1).

Таким образом, далеко не по каждому клиенту показатель количество жалоб будет отличаться от 0, по части клиентской базы показатель будет иметь значение больше 1. Само наличие жалобы порождает негатив к бренду и повышает вероятность оттока клиента, однако надо помнить, что в реальности жалоб больше, чем зафиксировано после коммуникаций с клиентом.

### 2. Потребление интернет-трафика клиентом

Снижение потребления трафика связано с не востребованностью клиентом услуги проводной интернет и, соответственно, в ближайшем будущем отказом от нее. Метрика имеет значение от 0 ГБ до 73 ГБ в месяц.

### 3. Число контактов с конкурентами

Т.е. переходы на сайт конкурентов, звонки на их телефоны, получение смс. Такие клиенты находятся в зоне высокого риска ухода к конкуренту, так как уже интересуются условиями получения услуги у конкурентов.

### 4. Внесение платежа за услугу

Оценивается регулярность и уровень платежей. 1 – платеж внесен своевременно в достаточном размере, 0 – платеж не внесен или в меньшем размере, чем абонентская плата. Бинарности данного показателя достаточно, так как стоимость услуги у каждого клиента может быть индивидуальной, при этом в целях исследования

Входные данные оформлены в виде файла CSV формата. Пример входных данных (табл. 1):

Таблица 1

Пример входных данных предиктивной модели

period	client	problems	traffic_MB	competitors	activity
01.01.2023	клиент 1	1	8149	0	1
01.02.2023	клиент 1	0	6137	0	0
01.02.2023	клиент 2	5	5	2	1

Моделирование будет осуществлено на 5 тысячах клиентах, датасет на промежутке 26 месяцев (с март 2021г по апрель 2023г включительно). Построение модели производится в системе Spyder 4.1.5.

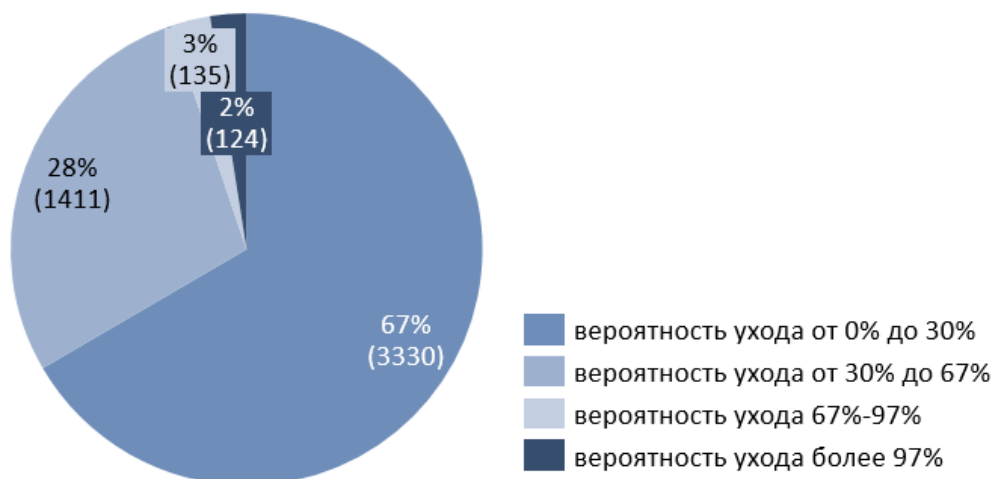
Основные шаги Python скрипта:

1. Загрузка входных данных в модель

2. Нормализация данных в диапазоне от 0 до 1
  3. Тренировка модели
  4. Выбор модели с лучшим рейтингом
- В текущем исследовании получен наилучший рейтинг обучения: 0.75
5. Предсказание данных
  6. Вывод основных метрик

На выходе моделирования получен прогноз вероятности ухода для каждого клиента. Например, для случайного клиента, получена вероятность 40%. Что говорит, о том, что клиент не склонен к уходу в ближайшее время. Т.е. при ранжировании клиентской базы конкретно с этим клиентом работать не имеет смысла, целесообразней потратить ресурсы (финансовые, технические и трудовые) на работу с клиентами, у которых вероятность ухода значительно выше. Необходимо отметить, что работа с клиентом должна строиться до достижения им точки принятия решения. Например, при вероятности 98% ухода уже нецелесообразно тратить время и ресурсы на удержание этого клиента, так как фактически решение уже принято. Для бизнеса важно определить диапазон вероятности ухода клиента, на котором стоит проводить удержание клиента, например, 67% - 97%.

В результате исследования методом моделирования машинного обучения получено распределение клиентов по диапазонам вероятности ухода (рис.2): большая часть клиентов 95% не склонна к оттоку, у 2% клиентов вероятность ухода клиента выше 97% (нецелесообразно расходование ресурсов на удержание), с 3% (135) клиентами необходимо провести работу по сохранению в базе.



**Рис. 2. Результат моделирования в разрезе вероятности ухода клиентов**

Текущее исследование также показало, что, используя 4 предиктора ежемесячных данных на периоде 26 месяцев предиктивная модель оттока клиентов показывает лишь точность 40% на верхних топ 5% предсказаниях, что является очень низким результатом. В то время как, предиктивная модель оттока клиентов спутникового телевидения на 70 предикторах (4, которых аналогичны используемыми в текущем исследовании) на верхних топ 5% достигает точности 97%. Что говорит о том, что необходимо увеличивать качество входных данных для предиктивной модели описанного в данной статье исследования.

Модель исследования в виде выходных данных выдает таблицу с вероятностью ухода каждого клиента на следующий месяц за последним периодом, представленным в фактических данных (в текущем исследовании – май 2023).

Такой детальный подход позволяет соотнести вероятность ухода и знание о персонализированном предпочтении клиента для применения необходимой коммуникации и маркетинговой активности к конкретному клиенту.

После того, как модель настроена, для каждого клиента выведена вероятность ухода, необходимо определить клиентов, с которыми нужно провести работу по удержанию.

Прежде, чем коммуницировать с клиентом необходимо оценить его важность для компании. Целесообразно провести сегментирование клиентов одним из методов:

- RFM-анализ — по сумме приобретаемых услуг и их регулярности;
- сегментация по LTV — по потенциальной прибыли с клиентов за все время его взаимодействия с компанией;

- ABC-анализ — сегментация по степени ценности клиента.

После чего возможно сосредоточиться на высокодоходных и наиболее важных клиентах.

Важно понимать, что в целом активность удержанию окупит расходы компании на нее за счет клиентов, по которым удастся избежать оттока.

Ориентировочная стоимость расходов на 1 коммуникацию:

- общение с клиентом через онлайн-консультант, в различных мессенджерах и социальных сетях обходится компании от 15 до 40 рублей за диалог;

- общение с клиентами по телефону от 5 до 15 руб. за минуту;

- sms – рассылка от 2 до 5 рублей за сообщение (140 символов);

- ivr звонок является наиболее дешевым каналом коммуникации (3 рубля за получение ответа на один вопрос), но в данной ситуации не решит проблему, так как клиент, склонный к оттоку уже чувствует негатив и не настроен на разговор с роботом, тут важен «человеческий» подход для своевременного реагирования на эмоции клиента, чтобы:

- снизить уровень агрессии клиента;

- уточнить детали ситуации и рассказать, как компания решит проблему;

- предложить компенсацию или бонус, предпочтительно на основе тех услуг, которыми он уже пользовался — подарок, скидку, дополнительную услугу и т.п.

Предиктивная аналитика получает все большее применение в реальном маркетинге, позволяя понимать предпочтения и инструменты взаимодействия с клиентами для целей маркетинга в компании: монетизации, удержания или повышении лояльности клиента. Многие Российские компании на рынке уже внедрили модели машинного обучения для целей персонализированного подхода к клиентам.

Как показало проведенное исследование, основная проблематика маркетинговой аналитики в этом направлении лежит в области достижения необходимой точности предиктивной модели, для которой требуется большой объем данных с высоким качеством. Однако, при решении этой задачи можно увеличить выручку или сохранить ее (в случае с предсказанием вероятности ухода клиента).

## Список источников

1. Потребители хотят персонализации: Статистика Roundup [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://vc.ru/marketing/95423-potrebiteli-hotyat-personalizacii-statistika-roundup> (04.12.2019)

2. Ценность правильной или неправильной персонализации многократно возрастает [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying> (30.11.2021)

3. В IVI внедрили новый алгоритм персонализированных рекомендаций [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://vc.ru/ivi/489400-v-ivi-vnedrili-novyy-algoritm-personalizirovannyh-rekomendaciy> (25.08.2022)

4. Сбер ожидает персонализация клиентских путей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://bosfera.ru/bo/sber-ozhidaet-personalizaciya-klientskih-putey> (31.07.2021)

5. Удержание клиентов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/customer-retention> (24.03.2023)

6. Бурнаев Е. В. «Модели, методы и алгоритмы предиктивной аналитики на многообразиях данных» диссертация [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.dissercat.com/content/modeli-metody-i-algoritmy-prediktivnoi-analitiki-na-mnogoobraziyakh-dannykh> (01.01.2022)

УДК 004.8

# ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА: РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИЕЙ

БАТТАЛОВ ДАНИИЛ РУСЛАНОВИЧ,  
ГУСЕЙНОВ ТАМЕРЛАН ДЖЕЙХУНОВИЧ,  
ГОЛОВАНОВ ЕГОР ВАДИМОВИЧ

студенты

РТУ-МИРЭА «Российский технологический университет»

*Научный руководитель: Даноян Валерий Левович*

*к.и.н., доцент*

*РТУ-МИРЭА «Российский технологический университет»*

**Аннотация:** В статье рассматриваются основные различия в маркетинговых подходах, стратегиях и инструментах, исходя из основных принципов маркетинга в советской экономике, ограничений и особенностей практик в СССР, а также влияния политической системы на развитие маркетинга. Описываются особенности современного маркетинга в России, включая маркетинговые стратегии российских компаний, роль цифрового маркетинга и онлайн-коммуникаций, и различия в потребительском поведении и культуре потребления. Это исследование предлагает читателям полное представление о развитии маркетинга в России и его различиях в разных временных периодах.

**Ключевые слова:** эволюция маркетинга, СССР, современная Россия, маркетинговые подходы, маркетинговые стратегии, цифровой маркетинг, онлайн-коммуникации.

**Battalov Daniil Ruslanovich,  
Guseinov Tamerlan Dzheykhunovich,  
Golovanov Egor Vadimovich**

*Scientific adviser: Danoyan Valery Levovich*

**Abstract:** The article examines the main differences in marketing approaches, strategies and tools, based on the basic principles of marketing in the Soviet economy, the limitations and peculiarities of practices in the USSR, as well as the influence of the political system on the development of marketing. The features of modern marketing in Russia are described, including marketing strategies of Russian companies, the role of digital marketing and online communications, and differences in consumer behavior and consumer culture. This study offers readers a complete picture of the development of marketing in Russia and its differences in different time periods.

**Key words:** evolution of marketing, USSR, modern Russia, marketing approaches, marketing strategies, digital marketing, online communications.

## ВВЕДЕНИЕ

Маркетинг - это дисциплина, которая играет ключевую роль в бизнесе, направленная на понимание потребностей и желаний потребителей, разработку и внедрение маркетинговых стратегий и тактик для продвижения товаров и услуг на рынке. Он является важным инструментом в создании успешных

компаний и формировании их имиджа. Однако, маркетинг в России имел своеобразное развитие, особенно в контексте истории СССР [1].

#### **ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ МАРКЕТИНГОМ В СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Исследование различий между маркетингом в СССР и современной России имеет важное значение для понимания эволюции маркетинговых практик и их влияния на развитие бизнеса в разные исторические периоды. Это позволяет не только оценить достижения и слабые места прошлых подходов, но и сформировать стратегические рекомендации для будущего.

Период СССР характеризовался плановой экономикой и государственным контролем над бизнесом. Маркетинг в советской экономике имел свои специфические особенности, включая отсутствие конкуренции, централизованное управление и ограничения на рекламу и продвижение товаров. Эти факторы существенно влияли на развитие маркетинговых стратегий и подходов в СССР.

С развалом СССР и переходом к рыночной экономике в России произошли значительные изменения в сфере бизнеса и маркетинга. Зарубежные компании входили на российский рынок, а отечественные предприниматели сталкивались с новыми вызовами и возможностями. Внедрение западных маркетинговых подходов и развитие технологий, особенно в сфере цифрового маркетинга, сделали современную российскую рыночную среду гораздо более сложной и конкурентной.

Изучение различий между маркетингом в СССР и современной России позволяет лучше понять, какие факторы влияли на развитие маркетинговых стратегий и как эти различия могут быть применены для создания успешных бизнес-моделей в современной России. Это также помогает оценить эффективность и актуальность современных маркетинговых инструментов и подходов в сравнении с прошлыми практиками.

Данное исследование направлено на выявление ключевых различий и сходств между маркетингом в СССР и современной России, их влияние на бизнес-среду и разработку маркетинговых стратегий. В результате исследования будут сделаны выводы о преемственности и эволюции маркетинговых практик в России, а также предложены рекомендации для успешной адаптации маркетинговых стратегий к современным условиям.

#### **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА В СОВЕТСКОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Маркетинг в советской экономике имел своеобразные особенности, определявшиеся плановой системой управления и отсутствием конкуренции на рынке. В то время как в капиталистических странах маркетинг был ориентирован на удовлетворение потребностей потребителей и создание конкурентных преимуществ, в СССР его функции были немного иными.

Основным принципом маркетинга в советской экономике была централизация и государственное управление. Плановые задания определяли производственные объемы и распределение товаров, а маркетинговые решения принимались на высшем уровне, учитывая стратегические и политические цели.

Одним из ключевых принципов маркетинга в СССР была продуктовая ориентация. Основной акцент делался на производстве и предоставлении товаров и услуг, а не на изучении потребностей и желаний потребителей. Это было связано с идеологическими установками социалистической системы, которая ставила коллективные интересы выше индивидуальных [2].

#### **ОГРАНИЧЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРАКТИК В СССР**

В СССР маркетинг сталкивался с рядом ограничений и особенностей, которые существенно отличались от западных маркетинговых практик.

Во-первых, отсутствие конкуренции на рынке снижало необходимость активного продвижения товаров и услуг. Компании в СССР не были заинтересованы в привлечении и удержании клиентов, так как потребители не имели альтернативных вариантов выбора. Это приводило к ограниченным маркетинговым бюджетам и ограниченным возможностям для развития инновационных стратегий.

Во-вторых, реклама и продвижение товаров были подвержены жесткому государственному контролю. Государство контролировало содержание рекламы и регулировало ее объемы и форматы. Маркетинговые коммуникации ограничивались пропагандистскими методами и акцентировали внимание на достижениях советской системы.

#### ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СССР

Политическая система СССР существенно влияла на развитие маркетинга в стране. Идеология социализма и плановая экономика формировали основные принципы и цели маркетинговых практик.

Государственное управление и централизация привели к ограниченной автономии предприятий и их маркетинговых подразделений. Маркетинговые решения принимались на уровне центрального планирования и не всегда учитывали специфические потребности регионов или отраслей.

Идеологические установки социалистической системы также оказывали влияние на маркетинговые стратегии. Продуктовая ориентация и акцент на коллективные интересы сдерживали инновационные подходы и индивидуальные предпринимательские инициативы.

В целом, маркетинг в СССР был тесно связан с политической и экономической системой, что ограничивало его возможности развития и применения современных маркетинговых подходов.

#### ПЕРЕХОД К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ И ОТКРЫТИЕ ДЛЯ ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ

После распада СССР Россия столкнулась с необходимостью перехода от плановой экономики к рыночной. Этот переход сопровождался открытием российского рынка для зарубежных компаний и введением конкуренции. Эти события существенно повлияли на развитие маркетинга в России.

#### ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА МАРКЕТИНГ В РОССИИ

Влияние глобализации и технологического прогресса сыграли важную роль в трансформации маркетинга в России. Открытие российского рынка для зарубежных компаний привело к появлению новых конкурентов и усилению конкуренции на рынке. Это требовало от российских компаний изменений в своих маркетинговых стратегиях и подходах.

Технологический прогресс, особенно в сфере информационных и коммуникационных технологий, также сыграл значительную роль в эволюции маркетинга в России. Интернет и социальные сети стали мощными инструментами для продвижения товаров и услуг, а также для взаимодействия с потребителями. Цифровой маркетинг стал все более популярным и эффективным средством достижения аудитории и управления брендом [3].

#### ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ЗАПАДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПОДХОДОВ К РОССИЙСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

После распада СССР российские компании столкнулись с необходимостью адаптации западных маркетинговых подходов к особенностям российской реальности. Западные стратегии и методы маркетинга, успешные на своих рынках, требовали изменений и модификаций для адекватного применения в России.

Одной из основных задач при адаптации западных маркетинговых подходов было учет культурных, социальных и экономических особенностей российского рынка. Российские потребители имели свои предпочтения, ценности и психологические особенности, которые отличались от западных. Успешные компании проводили исследования рынка и анализировали потребности и поведение российских потребителей, чтобы адаптировать свои продукты и маркетинговые стратегии.

Кроме того, особенности российской экономической системы и правового регулирования требовали учета при разработке маркетинговых планов. Компании сталкивались с бюрократическими процедурами, сложностями в оформлении документов и налоговыми ограничениями, которые требовали приспособления маркетинговых практик к этим реалиям.

В результате процесса адаптации западных маркетинговых подходов к российской реальности были разработаны новые стратегии и методы маркетинга, учитывающие специфику российского рынка. Компании стали более осведомленными о потребностях и предпочтениях российских потребителей и использовали это знание для создания успешных маркетинговых кампаний.

В заключение, трансформация маркетинга в России после распада СССР была связана с переходом к рыночной экономике, влиянием глобализации и технологического прогресса, а также процессом адаптации западных маркетинговых подходов к российской реальности. Эти изменения привели к развитию более конкурентоспособной и инновационной маркетинговой среды в России, а также улучшили взаимодействие между компаниями и потребителями [4].



## РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА И ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЙ

Цифровой маркетинг и онлайн-коммуникации играют все более важную роль в современном маркетинге в России. В связи с развитием интернета и технологий, компании активно используют онлайн-платформы для продвижения своих продуктов и услуг.

Согласно отчету "Digital in 2021: Russia" от We Are Social и Hootsuite, на начало 2021 года в России было более 109 миллионов интернет-пользователей. Это создает огромные возможности для цифрового маркетинга и привлечения целевой аудитории.

Многие компании активно используют социальные сети, контент-маркетинг, поисковую оптимизацию и контекстную рекламу для привлечения и удержания клиентов. Они создают качественный контент, взаимодействуют с аудиторией, проводят маркетинговые исследования и анализируют данные, чтобы лучше понять своих потребителей и эффективнее продвигать свои продукты.

Например, компания "А" - крупный российский производитель и продавец косметических товаров. Она активно использует социальные сети, такие как Instagram и VKontakte, для коммуникации с клиентами. Компания "А" регулярно публикует информацию о своих продуктах, акциях и специальных предложениях на своих официальных страницах в социальных сетях. Благодаря активному присутствию в социальных сетях, компания "А" установила прямую связь с потребителями. Она регулярно взаимодействует с клиентами, отвечает на их вопросы и предоставляет необходимую информацию о продуктах. Кроме того, компания "А" использует социальные сети для проведения различных акций и конкурсов, что стимулирует взаимодействие с аудиторией и повышает уровень лояльности клиентов. Использование социальных сетей позволяет компании "А" получать обратную связь от своих клиентов. Она активно отслеживает комментарии и отзывы пользователей, чтобы лучше понять их потребности и предпочтения.

## ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО КОНТЕКСТА

Исторический контекст оказывает значительное влияние на развитие маркетинга в России. В СССР идеологические принципы и государственное регулирование ограничивали маркетинговые практики. Появление рыночной экономики и стремление к интеграции в мировую экономику после распада СССР привели к изменениям в маркетинговой деятельности.

Исторический опыт также формирует особенности потребительского поведения и культуры потребления в России. Привычка к дефициту и ограниченным возможностям влияет на предпочтения и взаимодействие с брендами. Компании должны учитывать этот контекст при разработке маркетинговых стратегий.

В итоге, маркетинг в СССР и современной России сильно отличается. СССР характеризовался отсутствием маркетинговых практик и государственным контролем, в то время как современная Россия активно применяет маркетинговые стратегии, основанные на анализе рынка и потребительского поведения. Исторический контекст, переход к рыночной экономике и технологический прогресс играют важную роль в определении этих различий.

## ПРИМЕРЫ МАРКЕТИНГА В СССР

Государственное рекламирование: В СССР государство играло важную роль в рекламе и маркетинге. Были созданы государственные агентства, ответственные за рекламу и продвижение товаров и услуг. Рекламные кампании часто были направлены на популяризацию и пропаганду социалистических ценностей и достижений. Ограниченный выбор товаров: В СССР было ограничение в предложении товаров и услуг. Централизованное планирование экономики не позволяло свободно развиваться конкуренции и разнообразию товаров на рынке. Вместо конкуренции, маркетинговые усилия были направлены на убеждение потребителей покупать доступные товары и услуги.

## ПРИМЕРЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Интернет-маркетинг: В современной России компании активно используют интернет и цифровые платформы для продвижения своих товаров и услуг. Они создают сайты, запускают рекламные кампании в поисковых системах, используют социальные сети и электронную почту для привлечения и взаимодействия с клиентами. Персонализация и участие клиентов: Современные маркетинговые стратегии в России акцентируют внимание на персонализации и участии клиентов. Компании проводят исследо-

вания, чтобы лучше понять потребности и предпочтения своей целевой аудитории и создавать индивидуальные предложения. Они также активно привлекают клиентов через программы лояльности, обратную связь и участие в различных акциях и мероприятиях. Виральный маркетинг: В современной России компании используют виральные маркетинговые кампании, которые стремятся стать вирусными и распространяться среди широкой аудитории через социальные сети, мессенджеры и другие онлайн-платформы. Такие кампании стимулируют пользователей делиться контентом с другими и создают более эмоциональную связь с брендом. Социальная ответственность: В последние годы компании в России все больше обращают внимание на социальную ответственность и устойчивое развитие. Они проводят благотворительные акции, поддерживают экологические и социальные программы, и это становится одним из факторов, влияющих на выбор потребителя.

#### СВОДКА ОСНОВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе исследования мы проанализировали эволюцию маркетинга в СССР и современной России. В СССР маркетинг практически отсутствовал, так как государство контролировало производство и распределение товаров. Основными принципами маркетинга в СССР были обеспечение потребностей государства и ограниченные возможности рекламы.

С переходом к рыночной экономике в современной России маркетинг стал неотъемлемой частью бизнес-практик. Компании активно используют маркетинговые стратегии, анализируют рынок и разрабатывают целевые маркетинговые кампании. Влияние глобализации и технологического прогресса привело к развитию цифрового маркетинга и онлайн-коммуникаций.

#### ВЫВОДЫ ПО РАЗЛИЧИЯМ МЕЖДУ МАРКЕТИНГОМ В СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Основными различиями между маркетингом в СССР и современной России являются:

- Переход от плановой экономики к рыночной экономике в России привел к развитию маркетинговых практик и конкуренции между компаниями.
- Расширение доступа к информации и появление новых коммуникационных каналов, таких как интернет, привели к развитию цифрового маркетинга в России.
- Потребительское поведение и культура потребления в России имеют свои особенности, которые компании должны учитывать при разработке маркетинговых стратегий.

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, исследование различий между маркетингом в СССР и современной России показало значительные изменения в подходах и практиках. Современная Россия активно применяет маркетинговые стратегии, анализирует рынок и адаптирует западные подходы к своей реальности. Однако исторический контекст и особенности потребительского поведения продолжают оказывать влияние на развитие маркетинга в России, и компании должны учитывать эти факторы при разработке своих стратегий.

#### Список источников

1. Котлер, Ф., Келлер, К. Основы маркетинга: Учебник. Под ред. Котлера Ф., Келлера К. М.: Вильямс, 2019 // URL: <https://malbusiness.com/istoriya-marketinga-marketing-v-rossii-razvitie-i-stanovlenie/> (дата обращения: 02.06.2023)
2. Лебедев, Г. Г. Маркетинговые исследования: Методы и приемы: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2018 // URL: [https://studme.org/1310032515036/marketing/osobennosti\\_evolyutsii\\_marketinga\\_rossii](https://studme.org/1310032515036/marketing/osobennosti_evolyutsii_marketinga_rossii) (дата обращения: 02.06.2023)
3. Поляк, Ю. А., Маркетинг в условиях конкуренции: Учебное пособие. М.: Юрайт, 2021 // URL: <https://www.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/> (дата обращения: 02.06.2023)
4. Барнаульская, А. А., Маркетинг: Учебное пособие. М.: Альпина Бизнес Букс, 2017 (дата обращения: 02.06.2023)

© Д.Р. Батталов, Т.Д. Гусейнов, Е.В. Голованов, 2023

УДК 33

# ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ РЕКЛАМ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

**ИВАНОВ ДЕНИС**студент группы БИТ 11-22  
УУНиТ

**Аннотация:** статья «Лингвистический анализ рекламных текстов: особенности и проблемы» рассматривает вопросы лингвистического анализа рекламных текстов, выявляет особенности и проблемы данной тематики. Автор обсуждает методы и задачи лингвистического анализа рекламы, а также проблемы, связанные с гендерной проблематикой и культурными различиями.

**Ключевые слова:** лингвистический анализ, рекламные тексты, особенности, проблемы, гендерная проблематика, культурные различия.

Современный мир окружен рекламой: она нас сопровождает повсюду – на улицах, в транспорте, на телевидении и в интернете. Реклама является средством привлечения внимания к продукту или услуге, и ее эффективность напрямую зависит от качества рекламного текста. В данной связи, лингвистический анализ рекламных текстов является актуальной и востребованной темой, поскольку он позволяет выявить особенности языка, которые могут повысить эффективность рекламы.

Цель данной статьи – провести анализ рекламных текстов с использованием лингвистических методов и выявить особенности языка, которые способствуют привлечению внимания к рекламируемому продукту или услуге. В рамках статьи будут поставлены следующие задачи:

1. Изучить существующие подходы к анализу рекламных текстов и определить их преимущества и недостатки.
2. Провести лингвистический анализ рекламных текстов различных жанров и выявить особенности языка, которые повышают эффективность рекламы.
3. Определить проблемы, связанные с созданием рекламных текстов и предложить рекомендации по их устранению.

Данная статья будет полезна специалистам в области маркетинга и рекламы, а также лингвистам, интересующимся анализом языка в контексте рекламы.

## Литературный обзор

Изучение рекламы как объекта лингвистического анализа началось в середине XX века. В 1950-е годы лингвисты начали обращать внимание на языковые и стилистические особенности рекламных текстов и их влияние на потребительское поведение. В дальнейшем, в связи с развитием массовой коммуникации и появлением новых рекламных каналов, таких как телевидение и интернет, исследования в этой области стали еще более актуальными.

Существует несколько подходов к лингвистическому анализу рекламных текстов, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки.

Один из наиболее распространенных подходов – это семантический анализ. Он заключается в изучении значения слов и выражений в контексте рекламного текста. Семантический анализ позволяет выявить ключевые слова и фразы, которые наиболее эффективно передают информацию о продукте или услуге.

Еще один подход – это синтаксический анализ, который фокусируется на структуре рекламного текста и его грамматических особенностях. Синтаксический анализ может помочь выявить особенности организации рекламного текста и определить, какие конструкции наиболее эффективно передают ин-

формацию о продукте или услуге.

Также существует лингвистический анализ риторики, который изучает стилистические особенности рекламного текста и его воздействие на аудиторию. Риторический анализ позволяет выявить техники убеждения, которые используются в рекламе, и оценить их эффективность.

Каждый из этих подходов имеет свои преимущества и может быть использован в зависимости от целей и задач исследования. Важно понимать, что лингвистический анализ рекламных текстов должен быть многоплановым и учитывать различные аспекты языка и стиля.

#### **Методология исследования**

Для проведения лингвистического анализа рекламных текстов был выбран корпус, состоящий из 50 рекламных объявлений разных категорий товаров и услуг. В корпус входят рекламы из газет, журналов, интернет-сайтов, рекламных буклетов и каталогов. Критериями отбора текстов были: актуальность, разнообразие типов рекламы, наличие языковых особенностей и интересность для исследования.

Для проведения лингвистического анализа были использованы следующие методы:

- Структурно-семантический анализ, который позволил выделить структуру и смысловое содержание рекламных текстов, а также определить основные лингвистические единицы и их взаимодействие в тексте;
- Статистический анализ, который позволил определить частотность употребления отдельных слов и фраз, а также выявить наиболее часто употребляемые лексические единицы и их значения;
- Дискурсивный анализ, который позволил выявить доминирующие дискурсивные практики и стратегии, используемые в рекламных текстах;
- Семантический анализ, который позволил определить значения и коннотации лексических единиц, используемых в рекламных текстах;
- Синтаксический анализ, который позволил определить синтаксическую структуру рекламных текстов и выявить синтаксические связи между лингвистическими единицами.

Использование указанных методов анализа позволило получить достоверные и обоснованные результаты исследования и выявить особенности рекламных текстов из лингвистической перспективы.

#### **Анализ особенностей рекламных текстов**

Реклама – это один из самых важных инструментов маркетинга, который используется для привлечения внимания потенциальных клиентов и продвижения товаров и услуг на рынке. Тексты рекламы имеют свои особенности, связанные с лингвистическими приемами, особенностями лексики и грамматикой, а также семантической структурой.

Рекламные тексты используют различные лингвистические приемы, чтобы привлечь внимание и заинтересовать потенциального клиента. Одним из таких приемов является использование ярких и запоминающихся заголовков и слоганов, которые вызывают эмоциональный отклик у читателя. Также в рекламных текстах часто используются риторические вопросы, метафоры, перифразы и другие стилистические приемы, которые помогают создать нужное настроение и вызвать желаемые эмоции у потенциального клиента.

Рекламные тексты часто используют яркую и эмоциональную лексику, которая создает нужное настроение и вызывает эмоции у читателя. В рекламных текстах часто используются глаголы в повелительном наклонении, что позволяет создать ощущение прямого обращения к потенциальному клиенту. Также в рекламных текстах часто используются аббревиатуры, сокращения и другие языковые средства, которые помогают сократить объем текста и увеличить его информативность.

#### **Семантическая структура рекламных текстов**

Рекламные тексты имеют свою семантическую структуру, которая состоит из нескольких элементов. В начале текста обычно располагается заголовок или слоган, который вызывает эмоциональный отклик у читателя и привлекает его внимание. Затем следует вступление, которое может содержать краткую информацию о товаре или услуге, а также описание ее преимуществ и привлекательных особенностей. Далее в тексте можно обнаружить подробное описание товара или услуги, а также предложения о покупке или заказе. Кроме того, в рекламных текстах часто используются цитаты довольных

клиентов, которые подтверждают качество товара или услуги, а также помогают убедить потенциальных клиентов в необходимости приобретения продукта.

Таким образом, рекламные тексты имеют свои особенности, связанные с лингвистическими приемами, особенностями лексики и грамматики, а также семантической структурой. Изучение этих особенностей позволяет более эффективно создавать и использовать рекламные тексты для привлечения внимания и продвижения товаров и услуг на рынке.

#### **Проблемы лингвистического анализа рекламы**

Реклама – один из наиболее важных инструментов маркетинга, который используется для продвижения товаров и услуг на рынке. Однако, лингвистический анализ рекламы может столкнуться с рядом проблем, которые затрудняют выбор методов и техник анализа, а также интерпретацию результатов.

Одной из основных проблем является выбор методов и техник анализа, которые соответствуют специфике рекламы. Реклама может быть представлена в различных формах, например, в виде текста, видео или звукового сообщения. Каждая форма рекламы требует своего подхода к анализу, что может вызвать затруднения у исследователя.

Кроме того, проблемой является интерпретация результатов. Реклама часто содержит скрытые послания и многозначные высказывания, которые могут быть непонятными для целевой аудитории. Поэтому, исследователь должен быть внимательным и осторожным при интерпретации результатов анализа рекламы.

Также, при анализе рекламы возникают некоторые этические вопросы. Реклама может использовать манипулятивные техники и обманчивые высказывания для привлечения внимания и продвижения товаров. Это может повлиять на психологическое состояние потребителей и вызвать негативные эмоции.

#### **Заключение**

В заключении можно отметить, что лингвистический анализ рекламных текстов является важным инструментом для изучения языковой природы и эффективности рекламы. Однако, данный анализ также сталкивается с рядом проблем, таких как сложности в выборе методов анализа, интерпретации результатов и этических вопросов.

В дальнейшем исследовании можно обратить внимание на развитие новых методов и техник анализа рекламных текстов, а также на изучение влияния контекста на эффективность рекламы. Кроме того, можно провести исследования в области применения лингвистических методов в рекламе в различных культурных контекстах и международных рынках.

#### **Список источников**

1. Алексеева, Е. И. (2018). Лингвистический анализ рекламных текстов: основные подходы и методы. Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева, (3), 54-60.
2. Григорьева, О. В. (2015). Лингвистический анализ рекламных текстов: методы и задачи. Вестник Кемеровского государственного университета, (3-2), 114-118.
3. Калугина, Е. В. (2018). Лингвистический анализ рекламных текстов в аспекте гендерной проблематики. Вестник Омского университета. Серия «Филология», (1), 204-211.
4. Ковшова, Н. А. (2017). Лингвистический анализ рекламных текстов на русском и английском языках. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика», (21), 111-118.

УДК 339.13

# СОСТОЯНИЕ РЫНКА РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ

БОБРОВА ЯРОСЛАВА МАРКОВНА,  
САРЖИНСКАЯ МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»

**Аннотация:** После приостановки деятельности зарубежных брендов торгово-розничной сети на российском рынке с весны 2022 года, и появившейся возможности для отечественных брендов выходить на рынок и развиваться, было выявлено несколько основных задач – охарактеризовать рынок российских брендов одежды и определить возможности и ограничения, которые появились у российских брендов одежды. Требовалось проанализировать рынок и определить его основные тенденции. В данной работе представлены табличные и информационные материалы для выявления основных характеристик рынка российских брендов одежды при помощи контент-анализа источников СМИ.

**Ключевые слова:** розничная торговля, российский бренд одежды, маркетплейс, ритейлер, онлайн-торговля, оффлайн-торговля.

## MARKET STATUS OF RUSSIAN CLOTHING BRANDS

Bobrova Yaroslava Markovna,  
Sarzhinskaya Maria Alexandrovna

**Abstract:** After the suspension of the activities of foreign brands of the retail chain in the Russian market from the spring of 2022 and the opportunity for domestic brands to enter the market and develop, several main tasks were identified - to characterize the market of Russian clothing brands and determine the opportunities and limitations that appeared in Russian clothing brands. It was necessary to analyze the market and determine its main trends. This paper presents tabular and informational materials to identify the main characteristics of the Russian clothing brands market using content analysis of media sources.

**Key words:** retail trade, Russian clothing brand, marketplace, retailer, online trade, offline trade.

Розничная торговля в России, начиная со 2 марта 2022 года, переживает большую трансформацию. На начало 2022 года европейские и американские бренды торгово-розничной сети занимали 70% российского рынка [1]. С весны 2022 года многие зарубежные бренды, занимающие значительную долю рынка, объявили о приостановке деятельности розничных магазинов, к ним относятся H&M Group, Nike, Adidas [2]. Вслед за этими брендами тенденцию к закрытию розничных магазинов переняли другие компании, такие как PUMA, Vans и Inditex Group [3].

Изменения рынка могли быть не столь заметными, если бы, вслед за оффлайн-магазинами зарубежных ритейлеров, не начали уходить крупные онлайн-ритейлеры, такие как Farfetch, ASOS, YOOX [4].

В сложившейся ситуации у российских брендов одежды появилась возможность занять освободившиеся арендные площади после ухода зарубежных брендов, но также стала очевидна проблема, что свободные площади могут не подходить под формат новых развивающихся отечественных брендов из-за высокой стоимости аренды и сравнительно небольшого количества продукта, чтобы заполнить пространство. Также многие производители одежды отмечали такие сложности, как логистика, заказ оборудования и тканей из-за рубежа, изменение в сроках поставок и сбои на маркетплейсах [5].

Многие новые российские бренды хотели и хотят выйти на рынок, а уже существующие бренды желают развиваться, но так как продолжительное время зарубежные бренды занимали большую часть российского рынка одежды, внимание к отечественным брендам было минимизировано, следовательно, основной задачей для российских брендов является повышение узнаваемости. Также у российского потребителя сложились определенные стандарты и ожидания от брендов одежды, которые им задавали зарубежные ретейлеры. Очевиден факт, что российские бренды на данном этапе могут уступать в качестве, сервисе и коммуникации с клиентами зарубежным брендам. Но здесь для российских брендов одежды появляются новые возможности.

Во-первых, отечественные бренды могут закрепить за собой совершенно новые образы, сокращать дистанцию между брендом и клиентом, приводить отождествление себя как «близкого», «стабильного», как следствие повышать лояльность и персонафикацию российского потребителя с брендом.

Во-вторых, большая часть зарубежных брендов приостановила свою рекламную активность – это возможность для российских брендов одежды увеличить свое информационное присутствие, заявить о себе, рассказать свою историю и качественнее взаимодействовать с потребителями [6].

Для того чтобы описать состояния рынка российских брендов одежды, в исследовании были проанализированы статьи в СМИ за период март - ноябрь 2022 года. При выборе СМИ был использован рейтинг медиаресурсов от Brand analytics [7]. В качестве СМИ для анализа были выбраны: РИА новости, занимающие длительный период 1 место в рейтинге; РБК, занимающие 2-3 место в рейтинге и New Retail, не входящий в рейтинг, но являющийся одним из ведущих СМИ по розничной и электронной торговле.

Анализ СМИ проводился по двум ценностным категориям: «шоурумы/шоурум» и «российский бренд одежды/российские бренды одежды».

В Таблице 1 представлено распределение по ценностным категориям и выбранным СМИ, числовые значения обозначают количество вышедших статей за выбранный период.

Таблица 1

Распределение ценностных категорий и СМИ

	РИА Новости	РБК	New Retail
Ценностная категория «шоурумы, шоурум»	4	1	7
Ценностная категория «российский бренд одежды, российские бренды одежды»	10	8	31

С начала марта по причине ухода крупных зарубежных брендов появилась возможность для крупных российских брендов и локальных марок проявить себя. Эксперты в области ритейла призывали заполнять возникающие ниши, активно развивать торговлю внутри страны, делая упор на онлайн-оплату, доставку и маркетплейсы. Основной повесткой в конце марта стали переговоры российских брендов одежды с собственниками ТЦ, ключевые вопросы здесь были:

1. Договориться с арендодателями о специальном подходе к определению арендной платы в ближайшие три месяца;
2. Поддержать бренды в освоении новых площадок и производственных рынков, в закупках материалов.

Также в конце марта остро встал вопрос - «Какие новые социальные сети российским брендам выбрать для продаж?», это было связано с блокировкой «Instagram» и «Facebook» (компания-владелец Meta Platforms Inc. признана в России экстремистской организацией и запрещена), которые для многих брендов являлись главным каналом продвижения и продаж. Решение проблемы блокировки социальных сетей видели через собственный сайт брендов одежды, базы телефонов и почтовых адресов, по которым возможно делать рассылку. Среди социальных площадок – «Telegram» называли самой

удобной для представления в ней бренда, к социальной сети «ВКонтакте» отношение было неоднозначное.

С апреля начали выходить статьи о растущем интересе к российским брендам одежды, это подтверждали как маркетплейсы, так и российские бренды одежды онлайн и оффлайн. Зарождались первые мысли российских брендов одежды об увеличении производства, а кто являлся онлайн-брендами одежды, заявляли о планах выйти в оффлайн-рынок. Обсуждались проблемы закупки тканей, продвижения, перспектив. Упор делался в сторону маркетплейсов, отечественных социальных сетей и дружественных стран-производителей, таких как Киргизия, Турция, Китай, а также российских «швейных» регионов – Орла, Иваново, Твери. К концу апреля выходили статьи о результатах проекта, созданного «Wildberries» для поддержки отечественных предпринимателей. По первым итогам проекта «Сделано в России» продажи отечественных брендов взлетели на 132%. Что примечательно, наиболее часто из отечественных брендов россияне покупали одежду [8].

Начало мая охарактеризовалось освещением в выбранных нами СМИ ростом интереса к российским брендам одежды. Трафик в онлайн-магазинах российских брендов вырос относительно февраля на 55% [9]. Начали выходить статьи об эффективности мультибрендовых пространств и шоурумов. К концу мая начали открываться первые пространства объединений российских дизайнеров. Так, в Ульяновской области открылся первый шоурум под названием "Союз" с товарами местных производителей, где свою продукцию представили 18 региональных компаний, специализирующихся на дизайне и производстве одежды и бижутерии [10]. Основная тема мая, освещаемая в СМИ по ключевым категориям – Неделя моды в Москве, на которую в конце мая почти 900 дизайнеров и брендов из разных городов России подали свои заявки. Неделя моды тоже была направлена на поддержку российских брендов с целью расширить сеть продаж, найти новых партнеров [11].

Маркетплейсы продолжали поддерживать российские бренды одежды: в конце мая анонсировали, что «Яндекс Маркет» начнет рекламировать в онлайн-трансляциях товары локальных брендов, также в маркетплейсе был создан модный онлайн-универмаг, в котором локальные бренды одежды и обуви могли открыть фирменные витрины.

В июне локальные бренды одежды подтверждали планы по расширению линейки изделий, и наблюдался рост посещаемости точек продаж российских брендов одежды. Продолжилась поддержка российских брендов одежды:

1. Один из ведущих российских розничных ритейлеров в сегменте одежды Concept Group запустил конкурс по поиску fashion-дизайнеров RASKROI DESIGN TALENT [12];
2. Московская неделя моды в «Зарядье» прошла как успешная инициатива, нацеленная на поддержку дизайнеров;
3. Открывались новые универмаги, объединяющие российских дизайнеров одежды, в петербургском торговом комплексе «Невский Центр» открылся универмаг Slava с товарами более 40 российских брендов [13].

В июле в торговом центре «Афимолл Сити» на льготных условиях для брендов открылся модный универмаг «Телеграф», в котором разместилась «Секция московских дизайнеров – «Created in Moscow» [14]. Российские бренды одежды стали активно открывать свои оффлайн-магазины в разных городах России, некоторые стали увеличивать форматы своих магазинов, занимать большие площади, например, Melon Fashion Group, LIME [15].

В августе некоторые российские бренды одежды становились новыми арендаторами площадей, ушедших зарубежных брендов. Некоторые бренды заявили о расширении своей линии одежды, как например, LIME рассказал о планах выпускать мужскую и детскую линии одежды [16]. Освещалась новая возможность для российских дизайнеров – принять участие в Фестивале Таврида.APT, который был ознаменован финансовой, медиа, экспертной поддержкой начинающих дизайнеров [17]. К концу августа и в начале сентября представлялись осенние коллекции российских брендов одежды, среди брендов были и LIMÉ и 12 STOREEZ [18].

Сентябрь характеризовался продолжающимся интересом к онлайн-покупке одежды, при этом каждый пятый пользователь искал альтернативы зарубежным брендам [19]. Продолжалось открытие



мультибрендовых объединений, в том числе в регионах, так в Самаре на месте магазина Bershka открылся универмаг российских дизайнеров SLAVA, в котором было представлено 150 российских брендов [20].

Октябрь-ноябрь ознаменовался открытием новых оффлайн-магазинов российских брендов одежды. Крупные российские ретейлеры одежды были нацелены на освоение большой доли рынка, например, 12 STOREEZ открыл свой 50-ый магазин, Melon Fashion Group заявил о планах открытий 250 новых магазинов [21]. Бренды одежды продолжали получать поддержку, как например, в начале октября в Санкт-Петербурге стартовал проект "Петербургский дизайн" в рамках которого местные дизайнеры одежды представили свои коллекции в трех ТЦ города бесплатно [22].

Исходя из вышесказанного, рынок российских брендов одежды можно охарактеризовать, как:

1. Развивающийся;
2. Выходящий за рамки онлайн-продаж;
3. Растущий в размерах занимаемых площадей и категориях;
4. Поддерживаемый,
5. Склонный к тенденции мультибрендовых объединений.

## Список источников

1. Параллельный импорт, контрафакт, субституты и отечественные аналоги: как теперь выглядит российский ритейл (retail.ru) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/parallelnyy-import-kontrafakt-substituty-i-otechestvennyye-analogi-kak-teper-vyglyadit-rossiyskiy-rit/>
2. Бренды и компании, которые уже покинули рынок России (или скоро это сделают) [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/business/brendy\\_i\\_kompanii\\_kotorye\\_pokinuli\\_rynok\\_rossii6356/](https://new-retail.ru/business/brendy_i_kompanii_kotorye_pokinuli_rynok_rossii6356/)
3. Zara, Massimo Dutti, Bershka, Oysho, Pull & Bear, Stradivarius закрывают магазины в России [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://inlnk.ru/ELvmXV>
4. От H&M до Hermès: какие модные бренды приостановили свою работу в России [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://style.rbc.ru/items/6221d4e69a794704d8adbe95>
5. Российский бренд LIME будет выпускать мужскую и детскую линии одежды [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/rossiyskiy\\_brend\\_lime\\_budet\\_vypuskat\\_muzhskuyu\\_i\\_detskuyu\\_linii\\_odezhdy8196/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/rossiyskiy_brend_lime_budet_vypuskat_muzhskuyu_i_detskuyu_linii_odezhdy8196/?sphrase_id=599991)
6. Что люди чувствуют сегодня и как брендам с ними говорить – исследование [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analytics/108384/2022/06/1/304688.phtml>
7. Рейтинг медиаресурсов [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://br-analytics.ru/mediatrends/media/>
8. Что покупать в осенних коллекциях: 10 российских брендов одежды [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://style.rbc.ru/items/630e18629a7947f2dbe774b7>
9. Первые итоги проекта «Сделано в России»: продажи отечественных брендов взлетели на 132% [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/pervye\\_itogi\\_proekta\\_sdelano\\_v\\_rossii\\_prodazhi\\_otechestvennykh\\_brendov\\_vzleteli\\_na\\_1326114/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/pervye_itogi_proekta_sdelano_v_rossii_prodazhi_otechestvennykh_brendov_vzleteli_na_1326114/?sphrase_id=599991)
10. Интерес к российским брендам одежды вырос более чем в полтора раза [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/pressrelease/6273aa527a8aa9aee815f208>
11. В Ульяновской области открыли шоурум с товарами местных производителей [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/20220527/shourum-1791169776.html>
12. Почти 900 дизайнеров и брендов подали заявки на Неделю моды в Москве [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://radiosputnik.ria.ru/20220523/dizaynery-1790174659.html>

13. Concept Group запустит в продажу коллекции fashion-дизайнеров [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/concept\\_group\\_zapustit\\_v\\_prodazhu\\_kolleksii\\_fashion\\_dizaynerov2545/?sphrase\\_id=599989](https://new-retail.ru/novosti/retail/concept_group_zapustit_v_prodazhu_kolleksii_fashion_dizaynerov2545/?sphrase_id=599989)
14. В петербургских ТЦ открываются магазины русских дизайнеров [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.rbc.ru/spb\\_sz/11/06/2022/629f54739a79472013fc5b74](https://www.rbc.ru/spb_sz/11/06/2022/629f54739a79472013fc5b74) \
15. Дизайнеры Москвы представят свои товары на льготных условиях в ТЦ «Афимолл Сити» [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/dizaynery\\_moskvy\\_predstavlyat\\_svoi\\_tovary\\_na\\_lgotnykh\\_usloviyakh\\_v\\_tts\\_afimoll\\_siti9942/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/dizaynery_moskvy_predstavlyat_svoi_tovary_na_lgotnykh_usloviyakh_v_tts_afimoll_siti9942/?sphrase_id=599991)
16. Melon Fashion Group увеличивает форматы своих магазинов [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/melon\\_fashion\\_group\\_uvelichivaet\\_formaty\\_magazinov1622/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/melon_fashion_group_uvelichivaet_formaty_magazinov1622/?sphrase_id=599991)
17. Российский бренд LIME будет выпускать мужскую и детскую линии одежды [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/rossiyskiy\\_brend\\_lime\\_budet\\_vypuskat\\_muzhskuyu\\_i\\_detskiyu\\_linii\\_odezhdy8196/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/rossiyskiy_brend_lime_budet_vypuskat_muzhskuyu_i_detskiyu_linii_odezhdy8196/?sphrase_id=599991)
18. Проснулся знаменитым: как "Таврида.АРТ" делает звезд из простых россиян [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/20220815/tavrida-1808688314.html>
19. Что покупать в осенних коллекциях: 10 российских брендов одежды [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://style.rbc.ru/items/630e18629a7947f2dbe774b7>
20. Интерес к российским брендам одежды и обуви вырос почти в 3 раза [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/interes\\_k\\_rossiyskim\\_brendam\\_odezhdy\\_i\\_obuvi\\_vyros\\_pochti\\_v\\_3\\_raza4481/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/interes_k_rossiyskim_brendam_odezhdy_i_obuvi_vyros_pochti_v_3_raza4481/?sphrase_id=599991)
21. В Самаре на месте магазина Bershka открывается универмаг российских дизайнеров SLAVA [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://new-retail.ru/novosti/retail/v\\_samare\\_na\\_meste\\_magazina\\_breshka\\_otkryvaetsya\\_univermag\\_rossiyskikh\\_dizaynerov\\_slava8394/?sphrase\\_id=599991](https://new-retail.ru/novosti/retail/v_samare_na_meste_magazina_breshka_otkryvaetsya_univermag_rossiyskikh_dizaynerov_slava8394/?sphrase_id=599991)
22. Крупный одежный ретейлер откроет 250 новых магазинов [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.rbc.ru/spb\\_sz/02/10/2022/63345a739a794727069143be](https://www.rbc.ru/spb_sz/02/10/2022/63345a739a794727069143be)
23. Петербургские бренды одежды получили поддержку от города [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://radiosputnik.ria.ru/20221010/spb-1822725896.html>

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 33

# РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ

**ГОДОРОЖА ВИКТОРИЯ ИВАНОВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

**Научный руководитель: Абрамова Светлана Юрьевна**

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

**Аннотация:** в статье рассмотрено развитие общественных финансов в экономической науке. Особое внимание в работе уделено роли и значению государства в сфере общественных финансов и направлениям развития социально-экономического сектора. Проведен анализ расходной части бюджета Российской Федерации.

**Ключевые слова:** государство, общественные финансы, экономика, социально-экономический сектор, налоги, государственный бюджет.

## DEVELOPMENT OF THE THEORY OF PUBLIC FINANCE IN ECONOMIC SCIENCE

**Godorozha Viktoria Ivanovna***Science adviser: Abramova Svetlana Yurievna*

**Annotation:** The article considers the development of public finance in economics. Special attention is paid to the role and importance of the state in the field of public finance and the directions of development of the socio-economic sector. The analysis of the expenditure part of the budget of the Russian Federation is also carried out.

**Key words:** state, public finance, economy, socio-economic sector, taxes, state budget.

Роль государства в экономической сфере занимает немаловажное значение. Государственный сектор вырабатывает комплекс мер воздействия, как на государство, так и на хозяйствующие субъекты и домашние хозяйства. Применяемые меры существенно отражаются не только в экономическом, но и в социальном секторе, где в качестве обеспечения деятельности находят выражение общественные финансы.

Общественные финансы являются одной из составных частей финансовой системы. Их роль и масштабы определяются объемом имеющихся финансовых средств, которые необходимы для реализации государственных мер правительством перед гражданами страны.

Развитие взглядов на общественные финансы развивалось вместе с развитием истории экономической культуры. Изучением финансов занимались различные экономические школы. Представители школы меркантилизма были первыми, кто заговорил об этом вопросе. Учения о государственных финансах рассматриваемой экономической школы базировались на том, что богатство частного лица, то есть находящиеся в распоряжении денежные средства, целиком переносились на государство, ко-

торое, в свою очередь, являлось совокупностью частных хозяйств и богатств. Следовательно, чем больше у государства имеющихся денежных ресурсов, тем оно богаче.

В становлении финансовой науки значимый вклад внесла физиократическая школа экономической теории, в частности, ее представитель Франсуа Кенэ. Одна из его основных идей заключалась в том, что государственные финансы можно упростить путем введения единого прямого сельскохозяйственного или земельного налога, который будет пропорционален земельной ренте, так как сельское хозяйство является единственным источником богатства. Заслуга физиократической школы заключается в создании теории переложения налогов. Благодаря учениям школы о чистом доходе в экономической науке было положено начало развитию вопроса об обложении теорий подземельной ренты и доходов.

Следующий этап развития науки об общественных финансах принадлежит Адаму Смиту, учения которого говорят о существовании трех источников производства: земля, капитал, труд. На основе этого становится возможным введение нескольких различных форм налогообложения, которые будут зависеть от источника дохода. А. Смит сформулировал общепринятые правила налогообложения.

1. Размер налога должен соответствовать платежеспособности налогоплательщика;
2. Время, место платежа, способ оплаты и размер каждого налога должен быть точно определен;
3. Любой установленный налог должен взиматься в удобное для налогоплательщика время и максимально рациональным способом;
4. Налоги должны быть организованы так, чтобы издержки взимания были минимальны [1, с. 6-7].

Сформированные экономистом правила актуальны и для современной системы налогообложения.

Источники финансового хозяйства, по мнению А. Смита, сопоставлены с экономическими источниками. Основанием для самого хозяйства является только народное богатство, следовательно, из этого государство может формировать свои средства. Благодаря учениям А. Смита в 18 веке и его предшественникам была сформирована одна из наиболее активно развивающихся наук – наука о государственных финансах.

Позднее в 30-60 годы XX века стала активно развиваться кейнсианская теория государственных финансов, причиной возникновения которой считаются проявления социально-экономических проблем в обществе и возникновение экономического кризиса. Модель государственного регулирования экономики Дж. М. Кейнса характеризует макроэкономические показатели, сформированные на основе тесного взаимодействия государства, хозяйствующих субъектов и домашних хозяйств. На макроэкономическом уровне стабилизация достигалась такими путями как создание условий для эффективного развития предпринимательства, проведение мероприятий кредитно-денежной политики, перераспределение национального дохода через государственный бюджет и применение комплекса мер по обеспечению высокого уровня занятости населения [2, С. 67-68].

Кейнсианская модель государственного регулирования способствует развитию экономического сектора путем обновления национального капитала, роста производительности труда и эффективности производства.

При развитии теории общественных благ в XX-XXI вв. экономист Пол Самуэльсон заложил основы теории спроса на общественные блага и сформировал определение общественного блага как блага, которое обладает следующими основными свойствами:

- Неделимость, то есть предоставление общественного блага одному потребителю позволяет неограниченно увеличивать количество реципиентов без изменения стоимости и качества блага;
- Неисключаемость, то есть потребитель не может быть исключен из числа реципиентов общественного блага;
- Невозможность не потреблять, то есть если общественное благо предоставляется, то им пользуются все члены общества без исключения, вне зависимости от желания потреблять.

В современной экономической теории общественные финансы понимаются как система перераспределительных денежных отношений, связанных с формированием и использованием централизован-

ных денежных фондов, необходимых государству для выполнения своих функций [3, с. 53]. Профессор Э.А. Вознесенский был первым, кто предложил ряд характерных для общественных финансов признаков:

1. Процессы, связанные с общественными финансами, всегда являются денежными отношениями;
2. Денежные отношения обусловлено ролью государства;
3. Денежные отношения связаны с перераспределением уже распределенного на уровне хозяйствующих субъектов ВВП.

Роль государства в сфере общественных финансов состоит в том, что значительная часть доходов государственного перераспределяется в соответствии с приоритетными направлениями расходования денежных средств.

Одной из основных функций государства в рыночном механизме является избавление общества от негативных воздействий путем перераспределения средств государственного бюджета. Такое перераспределение также обеспечивает передвижение денежных средств из одного хозяйствующего субъекта в другой.

Государство оказывает влияние на экономическую систему, где главная его цель заключается в обеспечении сбалансированности развития каждой подсистемы общества для поддержания целостности строя государства в целом.

В области общественных финансов с целью обеспечения благоприятного социального состояния общества со стороны государства применяются меры бюджетно-налоговой политики. Её сущность состоит в перераспределении поступающих денежных средств в государственный бюджет.

Расходы на общественные финансы, как говорилось ранее, формируются за счет денежных средств государственного бюджета, которые сами по себе имеют такие источники как налоговые и неналоговые поступления. Неналоговые поступления состоят в основном из средств от продажи и использования имущества государства, платных услуг органов государственной власти, внешней экономической деятельности и др.

Таблица 1

## Расходы общественных финансов РФ за период 2018-2025 гг., млрд. рублей

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Расходы всего	16529,2	18037,2	19503,3	21520,1	23694,2	29055,1	29432,5	29243,7
Общегосударственные вопросы	1305,8	1420	1557,4	2456,7	1869,1	1994,4	1993,1	1884,5
Национальная оборона	2771,8	2926,2	3087	3113,2	3502,1	4981,6	4648,8	4208,4
Национальная экономика	2404,1	2632,4	2658,4	3328,3	3348,2	3514,1	3555,0	3591,3
ЖКХ	125,8	216,4	260,81	322,2	460,9	604,9	513,9	320,0
Охрана окружающей среды	88,8	187,6	343,8	335,7	482,4	342,1	318,1	262,0
Образование	663,2	843,7	912,5	1082,7	1264,1	1392,8	1428,5	1234,2
Культура	93,7	127,2	144,4	135,1	178,4	196,1	203,6	171,1
Здравоохранение	460,3	655,6	1027,9	1129,4	1272,1	1469,4	1493,2	1510,3
Социальная политика	4706,1	4887,8	5004,1	5692,9	5843,2	7343,1	7299,4	7152,8
Физическая культура и спорт	59,2	61,3	74,7	65,3	81,1	67,9	62,2	53,8

Налоговая составляющая государственного бюджета представляет собой уплату предусмотренных налоговым законодательством налогов на всех уровнях бюджетной системы, возможные пени и штрафы, возникающие в результате налоговых правоотношений между субъектами налоговой политики. В Российской Федерации в структуру централизованных фондов входят бюджеты всех уровней и целевые внебюджетные фонды, которые предназначены для финансирования расходов, не включенных в бюджет. Такие расходы можно разделить на несколько уровней: Фонд пенсионного и социального страхования РФ, Федеральный и территориальные Фонды обязательного медицинского страхования.

Социальный сектор финансируется за счет средств государственного бюджета и централизованных фондов. При этом государство выполняет ряд определенных функций путем реализации мер бюджетно-налоговой политики и рационального перераспределения доходов государственного бюджета. В таблице 1 на примере Российской Федерации рассмотрены основные показатели расходования средств федерального бюджета за период 2018-2022 гг. и на плановый 2023-2025 гг. [4,5].

Можно отметить, что приоритетными направлениями развития Российской Федерации в современных реалиях являются национальная оборона (около 18% ежегодно), национальная экономика (около 17% ежегодно) и социальная политика (около 27% ежегодно).

Государство с целью улучшения качества и уровня жизни общества создает и реализует национальные программы и проекты, основными направлениями которых являются рост демографии населения, повышение качества медицинских услуг, улучшение качества и безопасности автомобильных транспортов и развитие услуг образовательного сектора. По ранее перечисленным направлениям в Российской Федерации сформированы и реализуются национальные программы.

Мобилизованные денежные средства направлены в первую очередь на финансирование социально-экономической сферы путем реализации национальных программ по повышению качества и уровня жизни граждан.

#### Список источников

1. Т.Д. Ромащенко Кейнсианская концепция государственного регулирования экономики: границы применения в Российских реалиях// Экономическая теория. – Воронежский государственный университет: 2019 год. - С. 6-7.
2. Афанасьев М.П. Кривоногов И.В. Предпосылки формирования теории государственных финансов// Вопросы государственного и муниципального управления – 2008. - №2. - С. 67-68.
3. М.В. Романовский ФИНАНСЫ ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ. – Москва: Юрайт, 2006. – С.53.
4. Бюджет для граждан// Министерство финансов Российской Федерации URL: <https://minfin.gov.ru/> (Дата обращения 06.05.2023).
5. Бюджет для граждан 2023-2025 Проект федерального закона о федеральном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов// Министерство финансов Российской Федерации URL: [https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2022/11/main/BG\\_2023.pdf](https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2022/11/main/BG_2023.pdf) / (Дата обращения 20.05.2023).

УДК 336

# АНАЛИЗ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЧЕТНОЙ ПАЛАТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**АЛФЕРОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА**студент  
ФГБОУ «Владимирский государственный университет»*Научный руководитель: Абрамова Светлана Юрьевна*  
к.э.н., доцент

ФГБОУ «Владимирский государственный университет»

**Аннотация:** в данной статье представлен анализ эффективности деятельности Счётной палаты РФ, ключевые проблемы её функционирования, а также указаны пути решения выявленных проблем.

**Ключевые слова:** Счётная палата РФ, государственный финансовый контроль.

## ANALYSIS AND WAYS TO OPTIMIZE THE ACTIVITIES OF THE ACCOUNTS CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Alferova Anastasia Alexandrovna***Scientific adviser: Abramova Svetlana Yurievna*

**Abstract:** This article presents an analysis of the efficiency of the Accounts Chamber of the Russian Federation, the key problems of its functioning, and also indicates ways to solve the identified problems.

**Key words:** Accounting Chamber of the Russian Federation, state financial control.

Исследование темы финансового контроля государства является актуальной на данный момент, так как для укрепления суверенитета и государственного строя в РФ эффективность деятельности финансовой системы контроля является важным условием становления сильного и самостоятельного государства. Финансовый контроль позволяет обеспечить эффективность и стабильность осуществления деятельности финансовой системы государства, а также отдельных её элементов, способствующих социально-экономическому развитию общества.

Система государственного финансового контроля в Российской Федерации является важным инструментом обеспечения эффективного использования бюджетных средств и борьбы с коррупцией. Она состоит из нескольких компонентов, каждый из которых имеет свои функции и задачи [1].

Одним из основных элементов системы является Счётная палата. Её основная задача — контроль за эффективностью использования бюджетных средств и иных государственных ресурсов.

Счётная палата Российской Федерации является главным органом государственного финансового контроля. Она имеет право проводить аудит всех органов государственной власти, бюджетных и автономных учреждений, предприятий с государственным участием, организаций, приемлемых к контролю в соответствии с законодательством.

Бюджетный кодекс Российской Федерации определяет, что внешний финансовый контроль явля-



ется контрольной деятельностью Счетной палаты РФ и контрольно-счетных органов регионов [2].

Счетная палата РФ (СП РФ) – это орган государственного контроля в системе органов власти РФ, осуществляющий аудит государственных и муниципальных организаций и хозяйствующих субъектов, а также контроль за использованием бюджетных средств.

Основными задачами Счетной палаты РФ являются контроль за исполнением бюджета, законность и эффективность использования бюджетных средств, а также оценка социально-экономической эффективности бюджетной политики.

Счетная палата РФ также регулярно проводит анализ крупнейших отраслей экономики и финансовой системы РФ, разрабатывает рекомендации по улучшению эффективности их деятельности.

Организация работы Счетной палаты РФ включает в себя также процедуры контроля за исполнением рекомендаций и выводов, а также обеспечение доступа граждан и организаций к информации о работе Палаты и результатам проверок.

Планирование деятельности Счетной палаты РФ происходит на основе годового плана проверок, который утверждается Коллегией. В рамках годового плана Счетная палата РФ проводит проверки бюджетных учреждений и организаций, оценивает качество бюджетных программ, а также разрабатывает рекомендации для их оптимизации.

Для того, чтобы оценить эффективность деятельности Счётной палаты, рассмотрим отчёт об итогах работы в 2020-2022 годах [3].

В таблице 1 представлено количество мероприятий по финансовому государственному контролю, проводимых Счетной палатой РФ в 2020-2022 годах.

Таблица 1

Показатели работы Счетной палаты в 2020-2022 годах

Показатели	Годы		
	2020	2021	2022
<b>Количество завершённых мероприятий – всего, из них:</b>	334	345	339
контрольных мероприятий	244	247	246
экспертно-аналитических мероприятий	60	65	62
иных	30	33	31
<b>Количество незавершённых мероприятий на отчетную дату – всего, из них:</b>	85	73	153
контрольных мероприятий	39	39	124
экспертно-аналитических мероприятий	46	34	28
иных	-	-	1

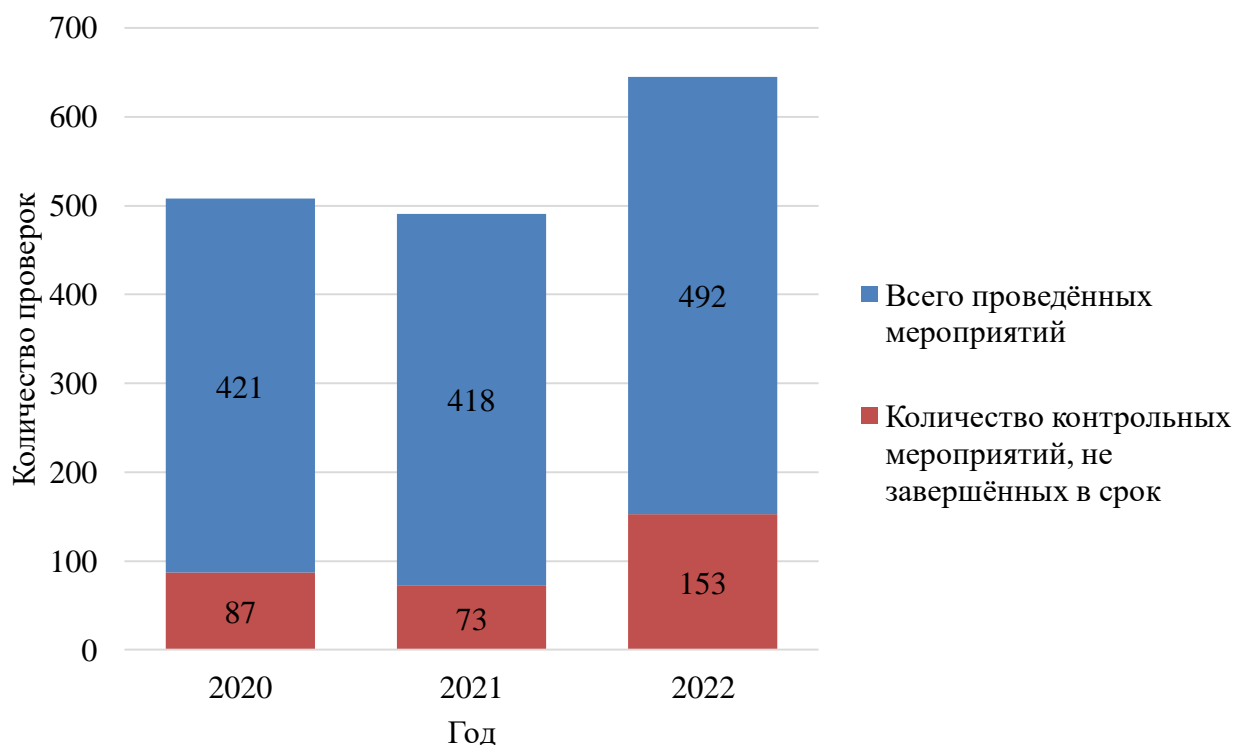
За 2022 год Счётная палата совершила 339 мероприятий по финансовому контролю. В результате данных проверок, было выявлено почти 4500 ошибок и нарушений, которые в сумме составили около 885, 7 млрд рублей. Большая часть из них - 83,3% - нарушения в сфере бюджетного учёта и бюджетной отчётности - 705 фактов, что составило 736,6 млрд рублей.

Также в 2022 году были представлены отчёты об устранении 270 выявленных нарушений. Были возбуждены 93 дела об административных правонарушениях и привлечены к ответственности 66 должностных лиц. В результате в бюджеты всех уровней были возвращены 8,93 млрд рублей.

Аудит федерального бюджета – главная задача Счетной палаты. Его процесс проходит в три этапа: предварительный аудит, оперативный анализ и последующий контроль. Главные выводы по результатам аудита федерального бюджета в 2022 году: Было выявлено 576 фактов недостатков и нарушений в результате предварительного аудита.

Мероприятия, которые были не завершены на отчётную дату с 2020 по 2022 годы составляли 87, 73 и 153 соответственно (таблица 1, рисунок 1). В 2022 году незавершённые мероприятия составили 31,1% от количества всех проверок. Таким образом, в 2022 году было много мероприятий контроля,

которые Счётная палата РФ не смогла завершить в отчётный срок. Это означает, что количество всех проверок было велико, поэтому Счётная палата смогла справиться не со всеми в установленный срок. Это происходит по причине высокой загруженности работников СП РФ, так как им приходится делать больше проверок для того, чтобы убедиться в том, что все недочёты и нарушения точно были выявлены. Тем самым необходимо уменьшать количество проверок, для улучшения результативности деятельности Счётной палаты.



**Рис. 1. Незавершённые мероприятия относительно всех контрольных мероприятий, проведённых СП РФ за период 2020-2022 гг.**

На основании анализа деятельности Счётной палаты, можно сделать вывод, что для достижения меньшего количества проводимых мероприятий контроля СП РФ, необходимо улучшать её работу. Для этого необходимо выяснить возможные причины, по которым деятельность Счётной палаты могла выполняться неэффективно. К ним относятся:

1. Ограниченный доступ к информации.
2. Нехватка ресурсов.
3. Неэффективность документооборота.
4. Некоторые государственные органы могут игнорировать рекомендации.
5. Недостаточная поддержка общества.
6. Коррупция и злоупотребления.
7. Недостаточная техническая оснащённость.

Вышеперечисленные проблемы влекут за собой неэффективную деятельность Счётной палаты РФ. Только при их решении можно гарантировать улучшение работы СП, прозрачность использования бюджетных средств, а также защиту интересов государства и общества.

Как и любой другой организации, деятельность Счётной палаты РФ можно оптимизировать различными способами. Рассмотрим некоторые из них:

- Автоматизация процессов.

Внедрение современных ИТ-решений позволит облегчить и ускорить работу с отчётами, аудиторскими материалами и другой документацией.

- Привлечение дополнительных экспертов.

Расширение списка контрагентов и экспертов, работающих с счётной палатой, позволит расширить возможности организации и повысить качество проводимых аудитов.

- Организация обучения для сотрудников.

Непрерывное обучение и повышение квалификации позволит сотрудникам счётной палаты работать более качественно и эффективно.

- Оптимизация процессов.

Аудиторская деятельность требует проведения множества этапов, каждый из которых нуждается в контроле и управлении. Оптимизировать этот процесс можно путем пересмотра всех этапов от начала до конца, с целью ускорения, улучшения и минимизации затрат.

- Развитие партнёрских отношений с другими государственными органами.

Сотрудничество с другими организациями, специализирующимися на контроле и аудите, позволит расширить круг экспертов, рассмотреть задачи на более широком уровне и улучшить рейтинг организации.

Решение вышеуказанных проблем, в особенности проблем с автоматизацией процесса контроля, привлечением новых кадров и повышением квалификации сотрудников, необходимо для уменьшения количества проверок, ускорения работы Счётной палаты РФ и улучшения эффективности её деятельности. А также это поможет обеспечить прозрачность использования денежных средств государства, предотвратить недостатки и возможные нарушения, повысить доверие населения к правительству и укрепить его авторитет.

Для решения проблем и осуществления данных путей оптимизации необходимо пересмотреть финансирование деятельности Счётной палаты и обеспечить выделение средств на улучшение эффективности её работы.

Таким образом, государственный финансовый контроль является важной функцией государства, так как он позволяет обеспечить своевременное и эффективное использование бюджетных средств и контролировать их расходование.

## Список источников

1. Демидов М.В. Место и роль контрольно-счетных органов в системе государственного финансового контроля России // Конституционное и муниципальное право. 2020. № 1. С. 27-28.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1998. № 31, ст. 3823.
3. Отчёт о работе Счётной палаты Российской Федерации в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://ach.gov.ru/reports/report\\_2022#budget](https://ach.gov.ru/reports/report_2022#budget) (22.05.2023).

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 657.633.5

# THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE ORGANIZATION IN MODERN CONDITIONS

**ДМИТРИЕВА ИРИНА МИХАЙЛОВНА**

д.э.н., профессор

ФГБОУ ВО «Дипломатическая Академия Министерства иностранных дел Российской Федерации»

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы организации и развития системы внутреннего контроля организации по отдельным элементам. Проводится анализ содержания отдельных федеральных стандартов бухгалтерского учета для целей организации внутреннего контроля в области проведения инвентаризаций и соблюдения документооборота.

**Ключевые слова:** система внутреннего контроля, документооборот, инвентаризация, сохранность, внутренний аудит, внешний аудит.

## СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Dmitrieva Irina Mikhailovna**

**Abstract.** The article deals with the organization and development of the internal control system of the organization on individual elements. The analysis of the content of individual federal accounting standards is carried out for the purposes of organizing internal control in the field of inventory and document management compliance.

**Key words:** internal control system, document management, inventory, safety, internal audit, external audit.

The internal control system (ICS) is a set of targeted control procedures that are implemented by the internal control bodies of the organization in the interests of individual groups of users of economic information. Control procedures are carried out in an organization for the purpose of its effective management and making informed management decisions, since internal control, along with accounting and analysis of financial and economic activities, is one of the most important functions of the organization's management process.

The main task of internal audit is to provide the management of the organization with reliable and complete information on business processes and its analysis. The complex organizational structure of an economic entity determines the presence of a flexible and customizable system of on-farm control, which arises as a result of the actions of the management of the organization, planning and monitoring of the activities of the organization, as well as its structural divisions.

The ICS organization is represented in the form of departments and services within the organization, which include: the audit commission, the internal audit department or the internal control department, the supervisory board; services and departments that exercise control within the departments, as well as employees who perform the functions of internal controllers.

Internal control services implement a set of ICS measures, the results of which are communicated to the management and owners of the organization. Thus, in the field of checking the availability and safety of material and monetary valuables, as well as settlements with counterparties, a schedule of inventory of valuables and settlements is being developed. The results of the inventory are immediately reported to the management, which makes operational decisions.

The process of inventory is regulated by the Federal Accounting Standard FSB 28/2023 "Inventory". It defines the general requirements for inventory: completeness of inventory; determination of ways to identify

the actual presence of objects (recalculation, outweighing, measuring, etc.); documentation; provision of conditions for conducting (a condition for management); timeliness and validity of the reflection of inventory results in accounting (a condition for accounting).

The organization's Internal Control System should provide for cases of mandatory inventory in accordance with the requirements of FSB 28/2023 "Inventory": before drawing up annual accounting statements; when assets are leased, managed, used free of charge, as well as when assets are alienated; when changing financially responsible persons, when individual responsibility is established or when changing the head of the foreman, when the departure from the brigade of more than half of its composition with collective responsibility; in cases of establishing the fact of loss or damage to assets; in case of liquidation of the organization, as well as in case of force majeure - fires, accidents, natural disasters.

In the field of document management and work with documents, the complex of ICS measures should provide for:

- accountability of some employees to others, for example, accounting employees to the chief accountant,
- conducting internal checks and reconciliation of data between individual divisions and branches of the organization on internal calculations,
- comparative analysis of external data on calculations (data from creditors, banks, the Federal Tax Service) and internal data in the organization itself,
- mutual reconciliation of analytical and synthetic accounts data,
- verification of primary accounting documents and internal registers developed in the organization,
- verification of signatures of the head of the company, as well as those employees who have been granted the right to sign (chief accountant or his deputy),
- organization and forms of document storage.

The document flow of an organization is a general scheme of the movement of documents, from their creation or receipt, to the submission of documents, registers and reports to the archive. The organization of document flow is regulated by the Federal Standard FSB 27/2021 "Documents and document flow in accounting", which defines the concepts of primary accounting documents and accounting registers, as well as defines the forms and terms of storage of external and internal documents. For example, paper documents need to be stored in the form of originals, and electronic documents in the form of records in an information database.

In accordance with the requirements of the standard, documents should be stored in the format in which they were originally compiled. In particular, it is impossible to translate a paper document for storing it in electronic form, but a digital copy should be made. In addition, a paper document cannot be destroyed before the end of the established storage period. The minimum storage period of accounting documents and reports is 5 years, with the exception of documents related to the calculation and payment of wages, which need to be stored for 50 years.

In the field of information security, protection against unauthorized access to primary documents and registers, as well as the safety of documentation, the current ICS must ensure:

- control over the authorized use of accounting programs and information computer systems,
- control over the safety of data files and the right of access of employees of the organization to the input and output of information,
- verification of access restrictions to accounting records and registers,
- determination of the type of electronic signature for registration of individual documents.

Federal Standard FSB 27/2021 "Documents and document management in accounting" establishes the right of an organization to choose the appropriate type of electronic signature. So, when signing an electronic document, an organization can use one of three types of electronic signature: simple, enhanced unqualified (UNEP) or enhanced qualified (UKEP). The choice of the type of electronic signature depends on the internal regulations of the organization, as well as preliminary agreements with contractors and employees.

In order to ensure compliance with the document flow in the ICS, the following measures should be indicated:

- monitoring compliance with the deadline for internal reporting, for example, commodity and cash re-

ports to the accounting department,

- regular reconciliation of warehouse accounting data in places of storage of valuables with accounting data, for example, weekly,

- regular reconciliation of deadlines for the submission of tax reports on individual taxes with the data of the Federal Tax Service and other measures.

The organization's Internal Control System should include measures that ensure internal control over work with the organization's personnel, in particular:

- familiarization of employees with the accounting and tax policy of the organization,

- conducting operational meetings on current issues,

- provision of professional development of employees,

- control over the performance of the functions of material responsibility,

- control over the observance by employees of job descriptions,

- control over compliance with the schedules of regular vacations,

- control over compliance with working conditions and safety.

All the disadvantages and advantages of the ICS organization are inevitably traced when conducting an external audit of the financial and economic activities of the organization. Since international auditing standards apply in the national audit practice, the assessment of the organization's internal audit system is based on the provisions of the ISA 315 standard "Identification and Assessment of Risks". In accordance with this standard, the internal control system of the organization is tested in order to identify the risk of controls. Reorientation from audit of operations (detailed testing) to audit of processes (effectiveness of controls) is possible only if the audited organization has an effective ICS.

Thus, the effectiveness of the control procedures of the ICS can be traced not only at the level of the organization's management in order to implement the management function, but also at the level of conducting an external audit to confirm the reliability of the organization's accounting statements.

## References

1. Международный стандарт аудита 315 "Выявление и оценка рисков существенного искажения" <https://www.consultant.ru/>
2. ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот в бухгалтерском учёте» <https://www.consultant.ru/>
3. ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» <https://www.consultant.ru/>
4. Ситнов А.А. Эволюция операционного аудита. Монография.-М.: ВивидАрт, 2009-316 с.

# НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ



УДК 336.2

# АНАЛИЗ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ ПО ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

**АВДЕЕВА АЛЕКСАНДРА ЮРЬЕВНА**

студент  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»,  
Уральский филиал

*Научный руководитель: Барчукова Татьяна Александровна*  
*старший преподаватель*  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»,  
Уральский филиал

**Аннотация:** автор представил анализ эффективности управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы России по Челябинской области. По результатам анализа автором был выделен ряд проблем, на основе которых автор предложил ряд мероприятий.

**Ключевые слова:** налоги, сборы, антикоррупционная деятельность, управление антикоррупционной деятельностью, антикоррупционная политика, коррупция.

## ANALYSIS OF THE ANTI-CORRUPTION POLICY OF THE FEDERAL TAX SERVICE DEPARTMENT FOR THE CHELBYABINSK REGION

**Avdeeva Alexandra Yurievna**

*Scientific adviser: Barchukova Tatyana Alexandrovna*

**Abstract:** the author presented an analysis of the effectiveness of anti-corruption management of the Office of the Federal Tax Service of Russia in the Chelyabinsk region. Based on the results of the analysis, the author identified a number of problems, on the basis of which the author proposed a number of measures.

**Key words:** taxes, fees, anti-corruption activities, anti-corruption activities management, anti-corruption policy, corruption.

Актуальность темы исследования заключается в том, что коррупция является одним из важнейших факторов, влияющих на функционирование государства в целом. При повышении уровня коррупции в системе государственного управления увеличиваются экономические издержки, что влияет на бюджет государства.

Цель работы - на основе анализа управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области предложить мероприятия по его развитию (на примере Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области).

Анализ эффективности управления антикоррупционной деятельностью в РФ мы провели на примере Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области, которое является территориальным органом, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодатель-

ства о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов и сборов и т.д.

Проведенный в работе анализ позволил выделить ряд проблем, негативно влияющих на эффективность развития управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области. Данные проблемы отражены в таблице 1.

Мы считаем, что негативное влияние на развитие управления антикоррупционной деятельностью УФНС России по Челябинской области оказывает неэффективная система мероприятий по противодействию коррупции, следствием чего выделена проблема отсутствия прогресса в проводимых мероприятиях по противодействию коррупции.

Таблица 1

### Проблемы управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области

Проблема 1	Причина возникновения 2	Метод выявления 3
Низкая эффективность антикоррупционной политики	Неэффективная система мероприятий по противодействию коррупции	Анализ официального Интернет-ресурса Прокуратуры Челябинской области
Отсутствие информации об отчетах по антикоррупционной деятельности УФНС по Челябинской области в общественном доступе	Недостаточное внимание к развитию прозрачности деятельности по противодействию коррупции	Анализ официального Интернет-ресурса Федеральной налоговой службы Российской Федерации

Так, несмотря на то, что органы власти ведут активную политику по борьбе с коррупцией, в марте 2023 года суд заключил под стражу заместителя начальника отдела инспекции ФНС по Советскому району Челябинска, обвиняемого в получении взятки. [2]. Факт наличия подобных правонарушений подтверждает неэффективность проводимой антикоррупционной политики в УФНС по Челябинской области.

Важность решения проблемы отсутствия информации об отчетах по антикоррупционной деятельности УФНС по Челябинской области в общественном доступе объясняется тем, что для развития высокого уровня доверия населения к государству необходимо обеспечивать прозрачность и правдивость деятельности государственных служащих, особенно уделяя внимание антикоррупционному аспекту. Для решения выявленных в ходе исследования проблем, мы разработали мероприятия, которые позволят повысить уровень развития управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

### Мероприятия по развитию управления антикоррупционной деятельностью Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области

Проблема 1	Мероприятие 2	Механизм реализации 3
Низкая эффективность антикоррупционной политики	Повысить эффективность мероприятий по противодействию коррупции	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Минимизировать личное взаимодействие служащих налоговых органов с налогоплательщиками</li> <li>- Присоединиться к акции «Взятки не даю, не беру»</li> <li>- Ввести в обязательном порядке просмотр фильма или профилактическую беседу о вреде коррупции при поступлении на государственную службу</li> </ul>

Продолжение таблицы 2

Проблема 1	Мероприятие 2	Механизм реализации 3
Отсутствие информации об отчетах по антикоррупционной деятельности в общественном доступе	Организовать регулярную и своевременную публикацию отчетов по проведенным антикоррупционным мероприятиям в общественном доступе	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Закрепить на законодательном уровне обязанность УФАС по Челябинской области представлять отчеты в общественный доступ</li> <li>- Создать раздел «Отчеты» на официальном сайте УФНС по Челябинской области</li> <li>- Назначить ответственное лицо за размещение отчетов</li> </ul>

В целях повышения эффективности антикоррупционной политики мы предлагаем минимизировать личное взаимодействие служащих налоговых органов с налогоплательщиками и присоединиться к акции «Взятку не даю, не беру». Данная акция направлена на привлечение внимания общественности к вопросам противодействия коррупции и вовлечение гражданского общества в деятельность по профилактике коррупционных проявлений. Реализация акции заключается в размещении на официальных сайтах или в социальных сетях фото или видео материалов с использованием хештега, тега, официального логотипа акции [1].

Кроме того, для решения данной проблемы рекомендуем ввести в обязательном порядке просмотр фильма или профилактическую беседу о вреде коррупции при поступлении на государственную службу

Для решения проблемы отсутствия информации об отчетах по антикоррупционной деятельности в общественном доступе мы предлагаем закрепить на законодательном уровне обязанность УФАС по Челябинской области представлять отчеты в общественный доступ создать раздел «Отчеты» на официальном сайте УФНС по Челябинской области и назначить ответственное лицо за размещение отчетов.

Таким образом, на основе анализа управления антикоррупционной деятельностью Управлением Федеральной налоговой службы по Челябинской области мы предложили мероприятия по его развитию (на примере Управления Федеральной налоговой службы по Челябинской области).

### Список источников

1. Акция "Взятку не даю, не беру" // Без Формата – 2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://yakutsk.bezformata.com/listnews/aktciya-vzyatok-vzyatok-ne-dayu/89299480/>
2. В Челябинске сотрудника районной налоговой инспекции арестовали за взятку // Коммерсант – 2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5875884>

# МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 338.46

# МИРОВОЙ РЫНОК БИЗНЕС-УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

СЕКАЧЕВА АЛЛА БОРИСОВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Дипломатическая Академия

Министерства иностранных дел Российской Федерации»

**Аннотация:** В данной статье рассматривается перечень современных бизнес-услуг на мировом рынке труда, которые предоставляются, в том числе, в рамках аутсорсинга. Нарастающему спросу бизнес-услуг в сфере IT способствует процесс цифровизации мировой экономики, что особенно явно наблюдается на примере развитых стран – США и Европы. Профессиональные IT-услуги помогают обеспечить информационную безопасность и удовлетворить потребности клиентов в обработке большого количества данных.

**Ключевые слова:** цифровизация, бизнес-услуги, аутсорсинг, информационная безопасность, IT-технологии.

## THE GLOBAL MARKET OF BUSINESS SERVICES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Sekacheva Alla Borisovna

**Abstract:** This article discusses the list of modern business services in the global labor market, which are provided as part of outsourcing. The growing demand for business services in the IT sector is facilitated by the process of digitalization of the world economy, which is especially clearly observed in the example of developed countries - the USA and Europe. Professional IT services help to ensure information security and meet the needs of customers in processing a large amount of data.

**Key words:** digitalization, business services, outsourcing, information security, IT technologies.

Квалифицированные работники обладают высоким уровнем знаний и навыков, профессиональной подготовки, имеют высшее образование или научную степень. Примерами квалифицированной рабочей силы являются профессии врачей, адвокатов, инженеров, архитекторов, профессоров и ученых.

Обновление и совершенствование навыков в соответствии с меняющимся рынком труда происходит непрерывно и связано с развитием технологий и нарастающим объемом знаний. Экономика, рынки и технологии развиваются быстро, и квалифицированные работники нуждаются в обучении, чтобы идти в ногу с новыми разработками, открытиями и тенденциями. Сектор обучения и развития значительно расширился в современных условиях, поскольку частные лица, а также компании постоянно стремятся совершенствовать себя и своих сотрудников. В частности, за последние годы обучение и развитие становятся все более цифровыми, при значительном росте использования обучения с использованием технологий (рисунок 1).

Согласно опросу, проведенному в 2020 году, около 20 % фрилансеров прошли обучение навыкам в течение недели, предшествовавшей опросу. Только 12 % респондентов никогда не участвовали в тренингах, связанных с повышением квалификации. [2]

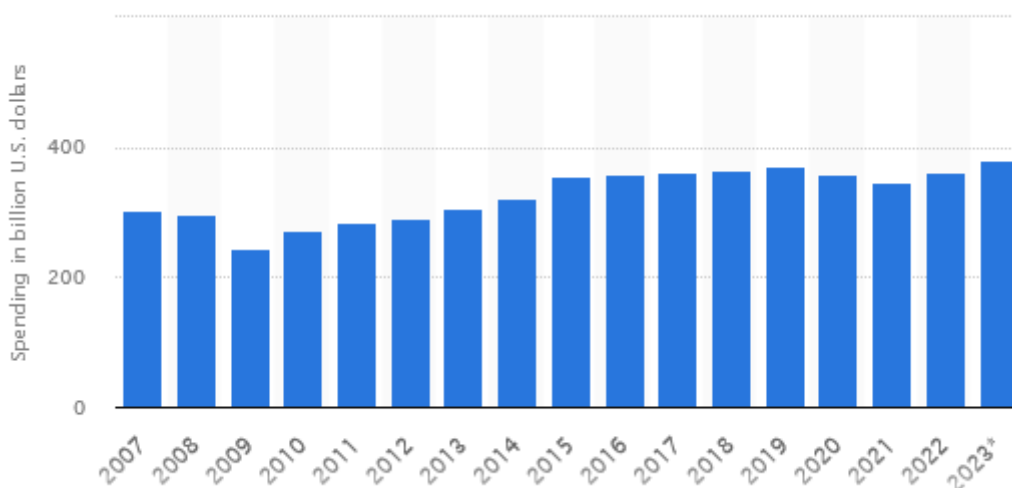


Рис. 1. Объем рынка глобальной индустрии обучения на рабочем месте с 2007 по 2022 год с прогнозом на 2023 год (в миллиардах долларов США) [1]

В США подавляющее большинство компаний, работающих в сфере обучения, заявили, что в настоящее время используют систему управления обучением (LMS) – по состоянию на 2022 год, когда в общей сложности почти 90 % компаний в сфере обучения использовали эту технологию обучения. Вплотную за ними следовали компании, заявлявшие об использовании виртуальных аудиторий, веб-трансляции или видеотрансляции. За тот же период примерно 15 % этих компаний использовали подкасты для обучения своих сотрудников. [3]

По мнению более 30 % специалистов по обучению и развитию (L&D), работающих на североамериканском рынке, их отделы L&D должны были внедрить индивидуальные программы обучения (впервые) в ближайшие два года, начиная с 2020 года. Кроме того, 18 % опрошенных специалистов в области L&D ожидали, что впервые проведут самостоятельное виртуальное обучение в течение того же периода времени. [4]

Технологии и цифровизация преобразили сектор бизнес-услуг в последние годы - и продолжают это делать - многие услуги в настоящее время предоставляются через веб-платформы и системы или мобильные приложения. По всему миру появились стартапы с инновационными, гибкими и устойчивыми идеями и бизнес-решениями. Новые коммуникационные технологии и инфраструктура позволили отрасли расширить свой охват, сделав аутсорсинг все более распространенным. Поскольку организации предпочитают аутсорсинг собственным решениям, поставщики бизнес-услуг быстро развиваются, чтобы реагировать на меняющиеся потребности. Последствия пандемии коронавируса, вероятно, ускорят эти тенденции, поскольку компании будут искать новые технологические решения для предоставления своих услуг и адаптации к новой динамике рынка.

К примеру, объем консалтингового рынка в США составляет 64,4 млрд долларов США. Ежегодный рост выручки от маркетинговых исследований по всему миру произошел на 3,7%. А объем рынка индустрии поиска руководителей высшего звена по всему миру составляет 27 млрд евро. [5]

Аутсорсинг информационных технологий (ИТО) предполагает использование поставщиков услуг для предоставления зависящих от ИТ бизнес-процессов, прикладных сервисов и инфраструктурных решений. Другими словами, аутсорсинг относится к передаче части работ, которые обычно могут выполняться внутри компании, внешним поставщикам или сервис-провайдерам. В целом, многие различные задачи или услуги могут быть переданы на аутсорсинг. Аутсорсинговые ИТ-услуги варьируются от программирования и разработки приложений до технической поддержки. Фактически, можно передать на аутсорсинг целые ИТ-отделы, что позволяет организациям снизить операционные расходы и сосредоточиться на своих основных задачах.

Цифры, оценивающие размер рынка ИТ-аутсорсинга, варьируются в зависимости от того, как

конкретные источники определяют понятие «аутсорсинг» и какие отрасли, услуги и сегменты включены в него. Обзор рынка технологий Statista (ТО) подразделяет индустрию ИТ-аутсорсинга на административный аутсорсинг, аутсорсинг приложений, веб-хостинг и другой ИТ-аутсорсинг. В общей сложности совокупная выручка этих сегментов в 2022 году составила почти 400 миллиардов долларов США. Важно отметить, что такие услуги, как облачные вычисления и их подсегменты, например, программное обеспечение как услуга (SaaS), являются смежными услугами, но считаются частью основной услуги ИТ-аутсорсинга. Кроме того, аутсорсинг информационных технологий составляет наибольшую долю отрасли, поскольку технологический или ИТ-консалтинг является наиболее распространенным видом работ, продаваемых организациями, предоставляющими профессиональные услуги.

Несмотря на то, что общее количество заключенных контрактов на управляемое обслуживание сократилось почти с 1900 в 2020 году до 1639 в 2021 году, за последние годы на рынке управляемых услуг наблюдался значительный рост. Некоторые из наиболее важных сегментов рынка включают управляемые услуги безопасности, управляемые сетевые услуги, управляемые услуги центров обработки данных и ИТ-инфраструктуры, управляемые услуги связи и совместной работы, а также управляемые услуги мобильности. При объеме рынка, оцениваемом в 23,2 миллиарда долларов США в 2021 году, рынок управляемых услуг безопасности также может быть сегментирован на различные типы развертывания (локальное и облачное), поставщиков управляемых услуг безопасности (MSSP) и вертикали конечных пользователей. Как правило, MSSP предоставляют управляемые услуги безопасности, адаптированные к инфраструктуре информационных технологий (ИТ) своих клиентов.

Нет никаких сомнений в том, что усилия по цифровой трансформации ускоряют процесс ИТ-аутсорсинга. Важным аспектом этого являются облачные вычисления с такими сегментами рынка, как инфраструктура как услуга (IaaS), платформа как услуга (PaaS) и SaaS, которые предоставляют некоторые услуги ИТ-аутсорсинга более удобно и по более низкой цене. Соответственно, общая стоимость контрактов на мировом рынке «как услуга» в настоящее время превысила несколько десятков миллиардов долларов США ежегодно.

Автоматизация также входит в число тенденций, формирующих ландшафт ИТ-аутсорсинга, благодаря своей способности дополнять или заменять традиционные аутсорсинговые услуги. Другими заслуживающими внимания разработками являются достижения в области чат-ботов и технологии блокчейн, а также искусственного интеллекта и машинного обучения, позволяющие избежать ошибок и повысить производительность рабочего процесса. Согласно прогнозам, в 2022 году расходы на ИТ-услуги во всем мире составят около 1,3 трлн долларов США.

Стоит отметить, что одним из самых захватывающих событий в сфере ИТ-услуг за последние годы стал рост облачных вычислений. Облачные вычисления описывают использование сетей удаленных серверов, доступ к которым обычно осуществляется через Интернет, для хранения, управления и обработки данных. Как сегмент ИТ-услуг, облачные вычисления ежегодно приносят миллиарды долларов дохода и демонстрируют незначительные признаки замедления. [6]

Еще одним современным трендом являются управляемые услуги. Их рынок связан с аутсорсингом определенных вычислительных и связанных с ИТ процессов, таких, как облачные вычисления, ИТ-инфраструктура и управляемая ИТ-безопасность. На рынке доминируют крупные технологические компании - IBM, Accenture, Cognizant и Capgemini, - которые предоставляют услуги управляемых вычислений компаниям-клиентам всех размеров по всему миру.

По состоянию на 2020 год наиболее популярными управляемыми сервисами являются хостинг и хранилище/резервное копирование как в Европе, так и в Северной Америке. Кроме того, ожидается, что управляемые сервисы для облачных платформ, контейнерных технологий, больших данных и интернета вещей (IoT) будут обладать большим потенциалом для поставщиков управляемых услуг в будущем. Это связано с тем фактом, что такие технологии все чаще внедряются организациями по всему миру в интересах их общей стратегии цифровой трансформации. [7]

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что бизнес-услуги на мировом рынке пользуются бесспорным спросом. Этому способствуют процессы цифровизации национальных хозяйств, особенно в развитых странах. В основном бизнес-услуги связаны с так называемыми управ-

ляемыми сервисами и призваны обеспечить информационную безопасность для корпораций и физических лиц. Также просматривается нарастающая тенденция ИТ-аутсорсинга, которая позволяет оптимизировать затраты компании и своевременно получить профессиональные услуги.

#### Список источников

1. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/markets/406/topic/431/skilled-labor/#statistic4> (дата обращения 10.05.2023)
2. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/685719/freelancers-skill-related-training-us/> (дата обращения 05.05.2023)
3. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/796024/learning-technologies-current-usage-in-all-companies-in-the-training-industry-us/> (дата обращения 05.05.2023)
4. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/826191/learning-trends-learning-and-development/> (дата обращения 10.05.2023)
5. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/markets/406/topic/430/business-services/#overview> (дата обращения 08.05.2023)
6. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/203291/global-it-services-spending-forecast/> (дата обращения 08.05.2023)
7. Информационно-аналитический портал Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/590884/worldwide-managed-services-market-size/> (дата обращения 08.05.2023)

© А.Б. Секачева, 2023



# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330

# РАЗВИТИЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В ТРАНСПОРТНЫХ КОРИДОРАХ ВЬЕТНАМА

ТОНГ ХОНГ ФИ

аспирант кафедры «Экономика и управление на транспорте»,  
ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта» РУТ(МИИТ)

**Аннотация:** В статье исследуется развитие мультимодальных перевозок в транспортных коридорах, служащих для соединения центров роста Вьетнама с международными воротами. Экономика Вьетнама быстро развивается, связываясь с международной экономикой через коммерческую деятельность. В настоящее время Вьетнам вложил значительные средства в развитие инфраструктуры, но еще не поспевает за ростом торговли и экспорта. Коммерческая конкурентоспособность ограничивается инфраструктурой и транспортными связями, что приводит к высоким транспортным расходам и низкому качеству транспортных услуг.

**Ключевые слова:** мультимодальные перевозки, транспортный коридор, конкурентоспособность, логистика, транспорт.

## DEVELOPMENT OF MULTIMODAL TRANSPORTATION IN TRANSPORT CORRIDORS OF VIETNAM

Tong Hong Phi

**Abstract:** The article examines the development of multimodal transportation in transport corridors that serve to connect Vietnam's growth centers with international gateways. Vietnam's economy is developing rapidly, linking with the international economy through commercial activities. Currently, Vietnam has invested heavily in infrastructure development, but has not yet kept up with the growth in trade and exports. Commercial competitiveness is limited by infrastructure and transport links, resulting in high transport costs and poor quality of transport services.

**Key words:** multimodal transportation, transport corridor, competitiveness, logistics, transport.

Создание конкурентоспособного транспортного рынка в направлении развития мультимодальных перевозок, соединяющих различные виды транспорта, с целью снижения транспортных расходов и облегчения обращения и распределения товаров и услуг - утверждено премьер-министром в 2019 году с целью содействия сильные стороны каждого вида транспорта и рациональное развитие видов транспорта, укрепление связи между видами транспорта для развития мультимодальных перевозок, особенно в интернете, транспортных коридоров для повышения качества обслуживания, снижения транспортных расходов и снижения себестоимости продукции для экономики с точки зрения интеграции и национальной конкурентоспособности [1].

Транспортный коридор – межрегиональная и транснациональная транспортная ось, соединяющая разные экономические пространства; является дорога, соединяющая разные точки для облегчения перевозки товаров, услуг и развития; представляет собой транснациональную стратегию по соединению основных осей, особенно центров промышленного производства, коридор конкретизируется инфраструктурными, логистическими и политическими работами.

Коридоры имеют важную роль в экономическом развитии регионов, через которые проходит коридор. Коридоры характеризуются: производством товаров первой необходимости и основных услуг; построить систему транспортной инфраструктуры и транспортных услуг для повышения добавленной

стоимости производимой продукции. В центре внимания каждого коридора находится повышение мобильности, безопасности и производительности; включая решения для управления спросом, обновления точек подключения к сети, контроля перегрузок...

Международная мультимодальная перевозка – это способ перевозки, при котором товары перевозятся двумя или более различными видами транспорта, на основании одного транспортного документа, одной ответственности за груз в пути следования из места доставки одной страны в место доставки другой страны.

### Требования при построении мультимодальной перевозки

**Требования к товарам:** Перевозки имеют четко определенные позиции, которые можно и нельзя перевозить с точки зрения типа, веса и размера товаров. Принципы при упаковке, погрузке и разгрузке, транспортировке при объединении мелких партий в крупные.

**Время перевозки грузов:** является одним из важных критериев для грузоотправителей при выборе плана перевозки. Время транспортного варианта определяется:

$$T_{\text{пер}} = T_{\text{ф}} + T_{\text{п-р}} + T_{\text{о}} + T_{\text{х}} \quad (1)$$

где:  $T_{\text{пер}}$  - Время перевозки от получения товара до доставки согласно транспортным документам;

$T_{\text{ф}}$  - Фактическое время перевозки грузов на транспортных средствах;

$T_{\text{п-р}}$  - Время погрузки и разгрузки, перевалки грузов;

$T_{\text{о}}$  - Время ожидания товара для проведения процедур по доставке, погрузке и разгрузке;

$T_{\text{х}}$  - Время хранения товаров на складах и площадках в транспортном плане.

**Стоимость перевозки:** важный критерий для выбора и оценки вариантов перевозки

$$C_{\text{пер}} = C_1 + C_2 + C_3 + C_4 \quad (2)$$

где:  $C_{\text{пер}}$  - Общие затраты на вариант мультимодальной перевозки;

$C_1$  - Транспортные расходы на маршрутах мультимодальных перевозок;

$C_2$  - Расходы на погрузку-разгрузку;

$C_3$  - Сборы и доплаты в плане мультимодальной перевозки;

$C_4$  - Прочие расходы, понесенные в плане мультимодальных перевозок.

**Другие факторы:** ограничения по видам товаров, стоимости и срокам, условия содержания мультимодальных сооружений в ведении мультимодальной перевозки, социально-экономическая ситуация в регионе, ограничения по нормативно-правовой базе; факторы предприятия, такие как мощность, кадры, материально-техническая база, масштаб деятельности предприятия...

### Эффективность мультимодальной перевозки

Создать единую координационную точку в перевозках «от двери до двери»; сократить время доставки; способствовать более эффективному использованию транспортных средств, погрузочно-разгрузочных работ и инфраструктуры, внедрять новые транспортные технологии и более эффективно управлять транспортной системой.

Сокращения транспортных расходов: комбинируя и продвигая преимущества двух или более видов транспорта, упрощая документы и процедуры с помощью единого документа. Таможенные и транзитные процедуры признаются международными или региональными конвенциями двух или более сторон.

Комбинирование видов транспорта будет способствовать развитию торговой и производственной деятельности в национальной экономике, а также процессу международной интеграции.

### Развитие мультимодальных перевозок в существующих транспортных коридорах Вьетнама.

Тенденция развития мультимодальных перевозок во Вьетнаме с соединением автомобильного, железнодорожного, морского, воздушного и трубопроводного транспорта удовлетворяет потребности экономики, соединяя центры роста Вьетнама с международными воротами в процессе интеграции и развития, способствуя растущая доля на мировом рынке логистики благодаря своей гибкости в выполнении заказов различных размеров в короткие сроки и с низкими затратами [2].

Во Вьетнаме есть все виды транспорта на основных внутренних и международных транспортных коридорах, которые создают связи между видами транспорта в мультимодальных перевозках для обслуживания экономического развития страны и включения в цепочку глобальных торговых поставок. Некоторые коридоры, способные соединить мультимодальные перевозки на основных транспортных коридорах Вьетнама (табл.1).

Таблица 1

**Транспортные коридоры, способные использовать мультимодальные перевозки во Вьетнаме**

Коридоры		Маршрут	Расстояние (км)	Метод
Вид	Наименование			
Магистральный коридор	Северное - Южное побережье	Ханой - Хошимин	1800	Автомобильный Ж/д Морской Воздушный
Международный шлюзовой коридор	Север-Юг	Ханой - Хошимин	1800	Автомобильный Воздушный
	Северный ключевой экономический район	Ханой - Хайфон	120	Автомобильный Ж/д Речной
	Южный ключевой экономический район	Хошимин - Бариа-Вунгтау	110	Автомобильный Речной
	Центральный ключевой экономический район	Куанг Нгай - Хюэ	190	Автомобильный Ж/д
Коридор, соединяющий с материком	Ханой - Лаокай (граница с Китаем)	Ханой - Лаокай	260	Автомобильный Ж/д Речной
	Ханой - Ланг Сон (граница с Китаем)	Ханой - Ланг Сон	145	Автомобильный Ж/д
	Сок Транг - Кантхо (граница с Камбоджей)	Сок Транг - Кантхо	180	Автомобильный Речной
Региональный коридор	Северное побережье (граница с Китаем)	Ниньбинь - Монг Кай	260	Автомобильный Речной
	Ханой - Хоабинь	Ханой - Мьонг Кхен	60	Автомобильный Речной
	Хошимин - Митхо – Камбоджа	Хошимин - Тан Чау	220	Автомобильный Речной
	Основная ось Южной равнины	Хошимин - Камау	250	Автомобильный Речной Воздушный
	Южная равнина	Хошимин - Рэйч Гия	180	Автомобильный Речной Воздушный

Транспортные коридоры приносят достаток: снижение затрат, эффективность, качество транспортных услуг, повышение мобильности, безопасности и производительности [3]. Эти коридоры разделены на 5 групп, в том числе: национальный магистральный коридор; коридор международных шлюзов; коридор, соединяющий с материком; региональный коридор и коридор городского пояса (рис.1).

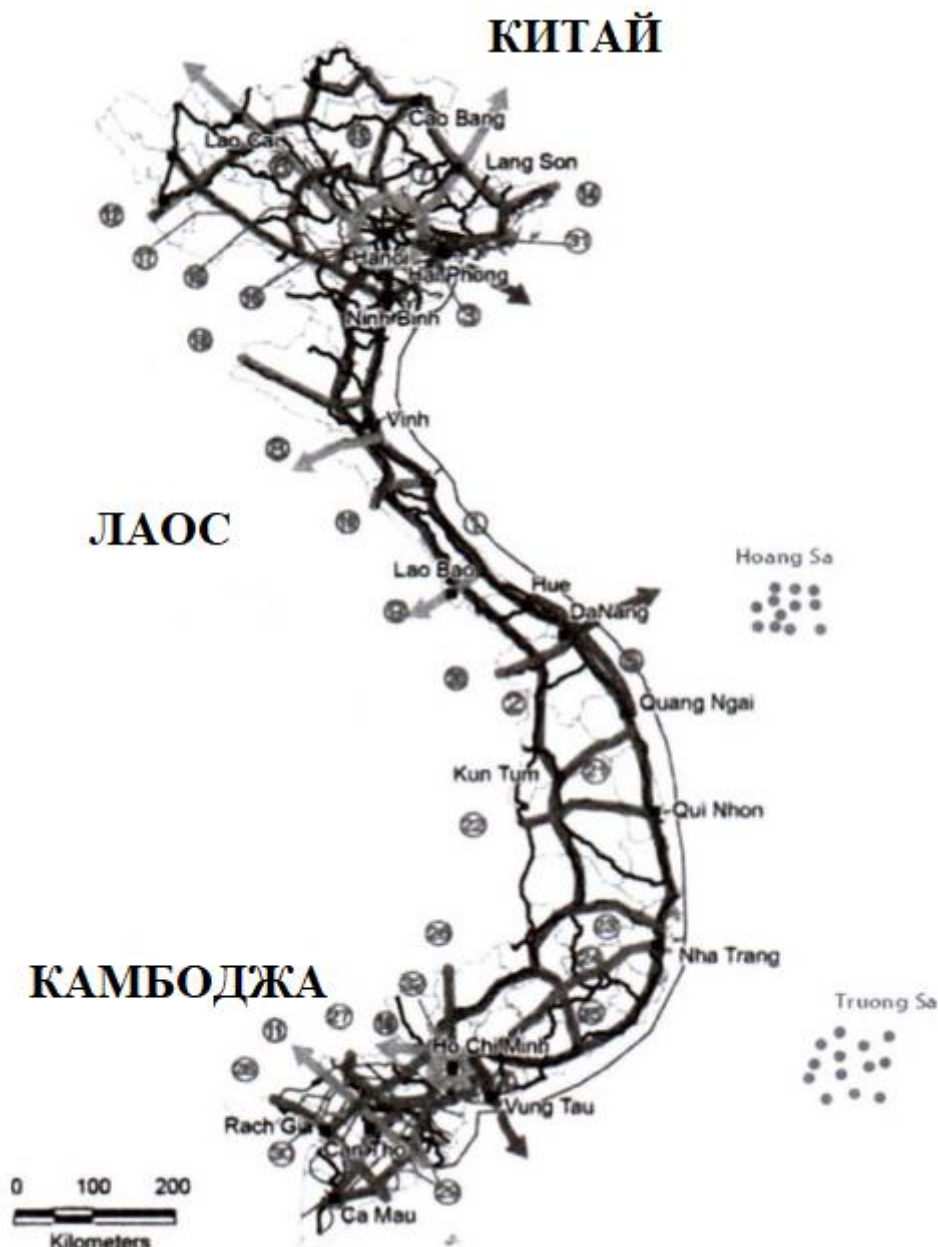


Рис. 1. Транспортные коридоры, способные использовать во Вьетнаме

Коридоры, ориентирующие развитие мультимодальных перевозок, – это основные транспортные коридоры, соединяющие экономические районы и экономические центры всей страны или между экономическим центром Вьетнама и соседними странами, в том числе:

1) Коридор действует как основная линия жизни, соединяющая 3 ключевых экономических района (Северный ключевой экономический район, Центральный ключевой экономический район и Южный ключевой экономический район), он считается национальным магистральным коридором - международным коридором, самым важным стратегическим коридором в социально-экономическая жизнь Вьетнама.

2) Коридор имеет роль спасательного круга в каждом ключевом экономическом районе и региона от/к международному рынку, источник поставок сырья - является международным воротным коридором [4].

3) Коридор – это маршрут, соединяющий Вьетнам с соседними странами, соединяющий основную торговлю с ключевыми экономическими районами страны, такими как Китай с Северным ключевым

экономическим районом, Камбоджа и Таиланд с Южным ключевым экономическим районом, а также Таиланд, Лаос, Мьянма с Центральной ключевой экономической зоной - коридор, соединяющий с материком.

4) Коридор – ответвление, соединяющее транспортные узлы с районами регионального/местного производства/потребления и поддерживающее их вдоль коридора, имеющее стратегическую роль для развития отрасли или региона – региональный коридор.

5) Коридор вокруг Ханоя и Хошимина – два важных узла на обоих концах национального магистрального коридора, отделяющие прямое движение от внутригородского движения и сводящие к минимуму узкие места на поперечных коридорах - это коридор городского пояса (MRC).

За последнее время Вьетнам предпринял усилия для полного и активного участия в соединении транспортной системы с соседними странами Лаосом, Камбоджей и Китаем в рамках многостороннего сотрудничества (АСЕАН, АСЕАН - Китай, GMS, расширенная GMS, CLV, CLMV) и на двусторонней основе во всех автомобильный, железнодорожный, внутренний водный, морской, авиационный и мультимодальный транспортный сектор, включая инфраструктуру, транспорт и учреждения. Вьетнам также координирует создание проекта по развитию мультимодальных перевозок, соединяющих транспортную инфраструктуру со странами региона.

Автодорожное сообщение с основными международными пограничными пунктами и внутренним водным путем с Камбоджей является относительно хорошим, удовлетворяя потребность в перевозке грузов между двумя сторонами мультимодальным транспортом. С железнодорожным транспортом в мультимодальных перевозках по-прежнему существуют трудности из-за отсутствия средств на строительство недостающих участков железной дороги Сингапур — Куньмин на территории Вьетнама, Лаоса и Камбоджи. Разница в ширине железнодорожной колеи между Вьетнамом и Китаем является большой проблемой для железнодорожного сообщения между двумя странами, особенно на маршруте Хайфон — Ханой — Лаокай, соединяющемся с маршрутом Куньмин - Хэкоу Китая

#### **Некоторые решения по развитию мультимодальных перевозок в транспортных коридорах Вьетнама**

Составление юридических документов: создание более полной и подходящей правовой среды для управления и развития транспортного рынка, условий транспортного бизнеса с иностранными элементами в соответствии с международными соглашениями и конвенциями, экономическими; иметь механизмы и политику для поощрения развития мультимодальных перевозок и трансграничных грузовых перевозок в соответствии с реальностью; облегчить трансграничные перевозки и торговлю [5, с. 125].

Развитие ключевой транспортной инфраструктуры: развитие крупных, современных и всеобъемлющих инфраструктур: международного аэропорта; скоростные дороги достигнут цели с 1200 км в настоящее время до 5000 км к 2030 году; модернизация и обновление инфраструктуры для перевозки водных контейнеров и логистических услуг в крупных портах.

Гармоничное и разумное развитие видов транспорта, мультимодальных перевозок и логистических услуг: развитие на основных транспортных коридорах, соединение с международными морскими портами для увеличения объемов перевозимых грузов, соединение мультимодальных перевозок между морскими портами и международными рынками; развивать внутренние порты, соединяющие виды транспорта, комбинировать предоставление логистических услуг, улучшать пропускную способность контейнеров в пунктах сбора грузов, завершать складскую систему и строить логистические центры, специализирующиеся на авиации [6, с. 324].

Содействие транзитным и трансграничным перевозкам: Реализация двусторонних и многосторонних соглашений по авиационным, морским, автомобильным, железнодорожным и внутренним водным путям, содействие перевозкам трансграничных перевозок, внутригосударственных перевозок, мультимодальных перевозок [7, с. 34].

Укрепление международного сотрудничества в области транспорта: двустороннее и многостороннее сотрудничество в области транспорта и логистики с другими странами, поддержка транспортных предприятий для участия в процессе международной интеграции, доступ к торговым соглашениям, свободной торговле

Во Вьетнаме, несмотря на наличие всех видов транспорта на основных внутренних и международных транспортных коридорах, виды транспорта и эффективность эксплуатации не соответствуют ожиданиям, и не создана мультимодальная транспортная цепочка, чтобы снизить транспортные расходы для облегчения обращения и распределения товаров и услуг. Развитие синхронной и современной системы транспортной инфраструктуры, соединяющей виды транспорта, создание более разумной, экономичной, эффективной и профессиональной транспортной структуры, чем сегодня, способствуя успешной реализации цели, поставленной в Постановлении 13-го съезда партии, которая к 2025 году должна стать развивающейся страной с современной промышленностью, превышающей уровень доходов ниже среднего; к 2030 году – развивающаяся страна с современной промышленностью и высоким средним доходом; к 2045 году она станет развитой страной с высоким уровнем дохода.

#### Список источников

1. Постановление Правительства Вьетнама № 87/2009/НД-КП от 19 октября 2009 г. о мультимодальных перевозках.
2. Решение № 703/QĐ-TTg от 7 июня 2019 года Премьер-министра Вьетнама.
3. Проект «Комплексное исследование устойчивого развития транспортной системы Вьетнама - проект VITRANSS 2».
4. К.т.н., доц., Динь Нгок Вьен (2002 г.), Учебник «Международное экспедирование грузов», Изд-во. Транспорт.
5. Гринёв А.А., Евреенова Н.Ю. Мультимодальные перевозки – М.: МИИТ, 2013 – 175 с.
6. Терешина, Н.П. Экономика железнодорожного транспорта. Вводный курс часть 1 / Н.П. Терешина. – Москва: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. – 472 с. - Режим доступа: <http://umczdt.ru/books/45/242284/>
7. Терешина, Н.П. Конкурентоспособность железнодорожного транспорта: оценка имущественного и финансового потенциала: Учебное пособие для вузов ж.-д. транспорта / Н.П. Терешина, Л.В. Шурина. – Москва: Издательство УМК МПС России, 2002. – 128 с. - Режим доступа: <http://umczdt.ru/books/45/225753/>

УДК 630

# ПРИОРИТЕТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛЕСНОГО ФОНДА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2022 ГОД

**ШАЙМУХАМЕТОВА АЛЁНА ИЛЬДАРОВНА**студент  
УИУ РАНХиГС

**Аннотация.** Леса занимают большую часть нашей планеты, они положительно влияют на антропогенные, а также природные объекты, такие как воздух, вода, животные и растения, чей зоной обитания они служат. Лес снабжает человека травами, из которых делают лекарственные средства, материалами для строительства, а также пищей в виде грибов, растений и ягод. Люди должны осознавать важность лесной составляющей для окружающего мира и заботиться о запасах нашей планеты, чтобы не истощить и без того ограниченные ресурсы, для этого нужно грамотно распоряжаться лесными угодьями и следить за их сохранностью. В данной статье мы рассмотрим проблему распределения лесных ресурсов в зависимости от наличия, состояния и пригодности на территории Свердловской области на 2022 год.

**Ключевые слова:** лесной фонд, управление лесами.

## PRIORITIES FOR THE USE OF THE RESOURCE FUND OF THE SVERDLOVSK REGION FOR 2022

**Shaimukhametova Alyona Ildarovna**

**Annotation.** Forests occupy a large part of our planet, they have a positive effect on anthropogenic, as well as natural objects such as air, water, animals and plants whose habitat they serve. The forest supplies a person with herbs, from which medicines are made, materials for construction, as well as food in the form of mushrooms, plants and berries. People should be aware of the importance of the forest component for the surrounding world and take care of the reserves of our planet, so as not to deplete the already limited resources, for this it is necessary to competently dispose of forest lands and monitor their safety. In this article we will consider the problem of the distribution of forest resources depending on the availability, condition and suitability on the territory of the Sverdlovsk region for 2022.

**Key words:** forest fund, forest management.

Лес занимает важное место в жизни человечества. Он является возобновляемым источником ресурсов, без которого нормальная жизнь была бы невозможна. С начала времен люди брали оттуда ресурсы для строительства жилищ, ловили зверей для употребления в пищу, собирали ягоды, создавали мази и настои на основе растений, находящихся в лесах. На данный момент, нельзя представить жизнь человека без леса, ведь от него зависит благоприятность проживания в определенном регионе, так как процент залесенности везде разный.

Согласно Конституции РФ, граждане имеют право на благоприятную окружающую среду, это правило зафиксировано в официальном документе и должно быть исполнено государством, что означает правильное распределение и защиту лесной экосистемы от внешних и внутренних факторов, так как от этого зависит физическое и эмоциональное состояние человека. Кроме права на хорошие усло-



вия для жизни, каждый человек обладает обязанностью сохранять окружающую среду и оберегать природу всеми возможными способами. Так, осуществляя взаимодействие между двумя сторонами можно поддерживать порядок в мире, между человеком и природой.

Доминирующая часть покрытых лесной растительностью земель занята коренными хвойными породами (более 70% площади). Мяголиственные, в большинстве случаев производные, насаждения занимают 16% покрытых лесной растительностью земель. На данный момент особо охраняемые природные территории занимают около 7% площади земель, покрытых лесной растительностью. [1]

По Лесному кодексу Российской Федерации к землям лесного фонда относятся лесные земли и нелесные земли. К лесным землям относятся земли, на которых расположены леса, и земли, предназначенные для лесовосстановления (вырубки, гари, редины, пустыри, прогалины и другие). К нелесным землям относятся земли, необходимые для освоения лесов (просеки, дороги и другие), и земли, неудобные для использования (болота, каменистые россыпи и другие). [2]

Государственное управление в области использования и охраны лесов (управление лесами) – это основанная на лесном законодательстве исполнительно-распорядительная деятельность органов государственной власти по организации рационального использования и охраны лесов. (Цель работы – анализ стратегии использования и освоения лесов для комфортной жизни населения на территории Свердловской области на 2022 год. [3])

Лесная политика проводится благодаря Указу Президента РФ от 21 июля 2020 года №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Согласно ему, были определены следующие цели развития страны:

- сохранение населения, здоровья и благополучия людей;
- возможности для самореализации и развития талантов;
- комфортная и безопасная среда для жизни;
- достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
- цифровая трансформация.

Исходя из Указа Президента РФ от 19 апреля 2017 года №176 «О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года» были поставлены следующие задачи:

- предотвращение загрязнения поверхностных и подземных вод, повышение качества воды в загрязненных водных объектах, восстановление водных экосистем;
- предотвращение дальнейшего загрязнения и уменьшение уровня загрязнения атмосферного воздуха в городах и иных населенных пунктах;
- эффективное использование природных ресурсов, повышение уровня утилизации отходов производства и потребления;
- ликвидация накопленного вреда окружающей среде;
- предотвращение деградации земель и почв;
- сохранение биологического разнообразия, экосистем суши и моря;
- смягчение негативных последствий воздействия изменений климата на компоненты природной среды.

Говоря о Свердловской области, можно сказать, что это лесистая местность, основу которой занимают такие деревья, как береза, сосна и ель. Район обладает большими запасами леса, что дает возможность на безвозмездной основе передавать часть земель институтам и другим организациям. В настоящее время Свердловская область является одной из наиболее значимых поставщиков леса для государства.

Экологическая стабильность местности напрямую зависит от состояния лесного фонда данной территории, поэтому грамотное использование лесных ресурсов оказывает большое влияние на население и их благополучие. Далее приведены статьи выполнения реализации сохранности и использования лесного фонда (табл. 1).

Анализируя данные представленные выше, можно сделать вывод о стабильности между величиной земли, предназначенной для восстановления леса и земли для лесоразведения, что говорит о важности сохранения лесного потенциала Свердловской области и способствует повышению уровня

лесистости района.

Таблица 1

**Отчет о достижении значений целевых показателей Стратегии развития лесного фонда  
Свердловской области за 2022 год**

Наименование целевого показателя	Единица измерения	2021 год (факт)	2022 год (факт)	Процент выполнения планового целевого значения
Доля посадочного материала с закрытой корневой системой в общем количестве посадочного материала	процентов	5	12	100
Площадь лесовосстановления и лесоразведения	тыс.га	30,5	30,5	100

Также, понятно, что увеличение доли посадочного материала с закрытой корневой системой является одной из главных приоритетных целей развития. Это происходит из-за высокой потребности в хорошем посадочном материале, так как от этого зависит качество выращенных растений, срок выращивания. [4] Закрытая корневая система во многих показателях выигрывает открытую, хоть и обходится покупателям дороже, поэтому область старается увеличить именно этот показатель.

На данный момент территория Свердловской области занимает седьмое место по лесистости среди всех субъектов Российской Федерации, на долю лесов приходится 68% земель. [5] Такое положение благоприятно сказывается на населении, люди комфортно себя чувствуют и не задыхаются от большого количества газов, так как воздух благодаря деревьям остается более чистым.

Следовательно, лесной фонд Свердловской области обладает большим природным потенциалом и способен в длительном промежутке времени удовлетворять потребность области в лесных ресурсах.

Государство старается поддерживать сохранность лесного фонда, предпринимая следующие меры:

- обновление, усиление и поддержание в полной готовности средств обнаружения, предупреждения и пожаротушения подведомственных учреждений;
- недопущение снижения качественных и количественных характеристик лесного фонда Свердловской области;
- снижение объемов незаконных рубок лесных насаждений и нелегального оборота древесины на территории лесного фонда Свердловской области;
- повышение контроля за движением древесины от лесосеки к потребителю

#### Список источников

1. А.С. Исаев, Г.Н. Коровин. Динамика лесных ресурсов и прогнозирование изменений лесного фонда // Фундаментальные основы управления биологическими ресурсами. – 2005. – С. 54.
2. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 №200-ФЗ (ред. от 23.12.2022)// Собрание законодательства РФ.- 08.12.2006.-№50.-ст. 5279.
3. Быковский В.К. Правовые и организационные основы государственного управления лесами. М., 2018. 200 с.
4. Адрианова А.Ю., Голяева О.Д., Джафарова В.Е., Жук Г.П., Князев С.Д. Производство оздоровленного посадочного материала ягодных и малораспространенных культур. Орел, 2012. 7 с.
5. Официальный интернет-портал правовой информации Свердловской области. URL: [https://353-ПП \(gov66.ru\)](https://353-ПП (gov66.ru) (дата обращения 08.05.2023)) (дата обращения 08.05.2023)

УДК 332

# ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПЕРИНА ПОЛИНА ИГОРЕВНА

студент

Уральский институт управления – филиал РАНХиГС

**Аннотация:** В современном мире работа над повышением инвестиционной привлекательности необходима для развития экономики региона. В статье рассматриваются сильные и слабые стороны инвестиционной привлекательности Свердловской области. Рассмотрены положения Свердловской области в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России RAEX и особенности отраслевой структуры экономики области.

**Ключевые слова:** Инвестиционная привлекательность, инвестиции, Свердловская область, потенциал, рейтинг, экономика.

## INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE SVERDLOVSK REGION

Perina Polina Igorevna

**Abstract:** In the modern world, work on increasing investment attractiveness is necessary for the development of the region's economy. The article discusses the strengths and weaknesses of the investment attractiveness of the Sverdlovsk region. The positions of the Sverdlovsk region in the RAEX rating of investment attractiveness of Russian regions and the features of the sectoral structure of the region's economy are considered.

**Key words:** Investment attractiveness, investments, Sverdlovsk region, potential, rating, economy.

В современном мире инвестиции играют важную роль в развитии экономики страны. По данным из статьи Г.И. Хохловой, В.А. Сергеева, Е.В. Петрова в современном мире инвестиционная деятельность характеризуется неравномерным распределением по территориям, что сказывается на сильном различии в социально-экономическом развитии территорий и на их привлекательности для осуществления инвестиционной деятельности. Формирование различного инвестиционного климата в регионах происходит из-за «различия природных, исторических, социально-демографических и других факторов, обуславливающих обособленность и структуру» [1, с. 236]. Также авторы приводят определение инвестиционной привлекательности из экономической литературы: «совокупность объективных и субъективных характеристик объекта инвестирования, обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данную страну, регион, отрасль, предприятие (корпорацию)» [1, с. 236].

Актуальность исследуемого вопроса также можно увидеть в статье А.В. Ильющенко. Автор утверждает, что в современном мире не все регионы обладают достаточной инвестиционной привлекательностью, и выбор инвесторов падает на территории с наиболее развитым инвестиционным климатом: поддержка инвесторов со стороны власти, подходящая инфраструктура и т.д. Также из-за более высокого инвестиционного потенциала развитых стран, есть риск утечки инвестиций за границу, из-за чего перед представителями власти возникает «создавать благоприятный инвестиционный климат в регионе, поддерживать разработку и функционирование проектов, находящихся на территории региона, которые могут быть привлекательны для инвесторов» [2, с. 48].

В статье «Инвестиционная привлекательность Свердловской области» авторы выделяют ряд

слабых сторон региона, которые затрудняют развитие инвестиционной деятельности: «отсутствие в регионе системы автомагистралей и скоростных дорог, постепенное истощение минерально-сырьевой базы, невысокий уровень цифровизации экономики, территориальная неравномерность в обеспеченности электроэнергией, водо-, тепло, газоснабжением» [3, с. 57-58]. и др. – и ряд сильных сторон: «во-первых, область имеет хороший транспортный потенциал, выполняя транзитную роль между европейской и азиатской частями России, во-вторых, Свердловская область – это один из самых крупных промышленных центров РФ, также регион находится в числе субъектов-лидеров по ключевым показателям инновационного развития, в-третьих, в Свердловской области сформирована региональная законодательная база в сфере защиты и поддержки инвесторов» [3, с. 58]. Эта информация показывает, что хоть в выбранной для рассмотрения области и имеются некоторые проблемы при осуществлении инвестиционной деятельности, однако присутствуют весомые факторы, которые способствуют повышению инвестиционного климата в регионе.

Согласно тексту Постановления Правительства Свердловской области от 15.08.2019 года № 535-ПП «Об утверждении Инвестиционной стратегии Свердловской области до 2035 года» «Свердловская область – это регион, где сформированы условия и предпосылки, необходимые для успешной деятельности российских и иностранных инвесторов» [4, с. 7], благодаря быстрой адаптации в современной экономической ситуации Свердловская область пришла к росту промышленного производства [4, с. 4]. Также в тексте документа можно найти данные о региональной законодательной базе по защите и поддержке инвесторов: гарантии, доступность, налоговые льготы и т.д. [4, с. 7].

В своей статье Квон Г. М., Артюхина Е. А. проводят анализ динамики ключевых показателей, являющихся характерной чертой инвестиционной деятельности в Свердловской области. Показано, что в рассматриваемый период (с 2015 по 2019 года) произошло значительное укрепление позиций региона: по показателям «инвестиции в основной капитал» и «инвестиции в основной капитал на душу населения» в регионе произошел прирост на 28,7% и 29,2% соответственно, также при анализе показателя «инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности» было выявлено, что «в 12 отраслях из 18 за пять лет произошел прирост» это свидетельствует о том, что проводимая органами власти политика способствует успешному усилению позиция Свердловской области и улучшению инвестиционного климата в регионе [5, с. 141].

Инвестиционный потенциал включает в себя множество факторов. В своей статье А.А. Пиянзина и В.А. Грищук перечисляют девять частых потенциалов (факторов): «трудовой, финансовый, потребительский, инфраструктурный, производственный, природно-ресурсный, туристический, институциональный, инновационный» [6, с. 33]. Согласно данным рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России RAEX по вышеперечисленным факторам (кроме: природно-ресурсного потенциала – 13 место, инфраструктурного потенциал – 47 место) в 2020 году Свердловская Область в 10 лучших регионов. Эти данные подтверждают, что Свердловская область обладает достаточно высоким инвестиционным потенциалом по сравнению с остальными регионами РФ.

Важнейшее место в экономике Свердловской области выделяется промышленности и обрабатывающему производству. В статье «Анализ структуры экономики региона (на примере Свердловской области)» указано, что экономика выбранного региона достаточно диверсифицирована. Ключевая позиция в структуре экономики, по данным статьи, приходится на экспортно-ориентировочный металлургический комплекс. Здесь же авторы приводят примеры крупнейших предприятий черной металлургии в Свердловской области: «НТМК), Надежденский металлургический завод (предприятие металлургического комплекса УГМК), Уральский трубный завод, Первоуральский новотрубный завод» [8, с. 1081-1082]. Расположение подобных предприятий на территории способствует повышению инвестиционной привлекательности региона за счет развития экономики, промышленности и т.д.

В 2017 году суммарно более половины структуры валового регионального продукта Свердловской области приходилось на следующие виды экономической деятельности: «обрабатывающее производство – 30,9%; оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов – 17,1%; транспортировка и хранение – 8,7%, деятельность по операциям с недвижимым имуществом – 6,4%» [4, с. 3-4]. Анализируя данные статьи «Анализ формирования и реализации инвестиционной по-

литики Свердловской области: динамический аспект» можно увидеть, что преимущественно инвестиции, направляемые в Свердловскую область, приходится на обрабатывающее производство, здания (кроме жилых) и сооружения и т.д., что объясняется исторически сложившейся спецификой деятельности в регионе. [5, с. 141].

Также вопрос промышленности в Свердловской области рассматривается в статье «Промышленность Свердловской области: опыт системного анализа», автор указывает на принадлежность Свердловской области к категории индустриальных регионов. В подтверждение автор приводит данные статистики: большая часть экспортируемых товаров Свердловской области приходится на долю промышленной продукции. Также автор приводит данные из «Стратегии промышленного и инновационного развития Свердловской области на период до 2035 года», согласно которой более 40% ВРП будет приходиться на промышленность [9, с. 240].

По данным статьи «Рейтинг инвестиционной привлекательности Свердловской области» в современное время в Свердловской области реализуются все «необходимые условия и предпосылки для удачной деятельности отечественных и зарубежных инвесторов» [10, с. 85]. Область стимулирования инвестиционной политики включает обширная и разнообразная инфраструктура: индустриальные парки и особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Титановая долина», создаваемые для инвесторов условия способствуют «положительной динамике ведения бизнеса в сферах налогообложения, использования механизмов государственно-частного партнерства, комплексного сопровождения реализуемых инвестиционных проектов» [10, с. 86].

Исходя из рассмотренных данных, можно сделать вывод: Свердловская область обладает достаточно высоким инвестиционным потенциалом, занимает высокие места в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России RAEX. В области создаются все необходимые условия для реализации инвестиционной деятельности, что способствует повышению конкурентоспособности региона, и, следовательно, социально-экономическому развитию Свердловской области.

## Список источников

1. Хохлова Г. И., Сергеев В. А., Петров Е. В. К вопросу об определении инвестиционной привлекательности территорий // Вестник ИрГТУ. 2015. №9 (104). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://journals.istu.edu/vestnik\\_irgtu/journals/2015/09/start](http://journals.istu.edu/vestnik_irgtu/journals/2015/09/start) (26.05.2023).
2. Ильющенко А. В. Сущность категории инвестиционная привлекательность региона // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. №1 (6). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kategorii-investitsionnaya-privlekatelnost-regiona> (26.05.2023).
3. Валеева А. М., Журавская Е. В., Котова О. В., Новикова Н. Ю. Инвестиционная привлекательность Свердловской области // Основы ЭУП. 2021. №6 (31). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-sverdlovskoy-oblasti> (26.05.2023).
4. Постановления Правительства Свердловской области от 15.08.2019 года № 535-ПП «Об утверждении Инвестиционной стратегии Свердловской области до 2035 года» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6600201908200003?index=4> (01.06.2023)
5. Квон Г. М., Артюхина Е. А. Анализ формирования и реализации инвестиционной политики Свердловской области: динамический аспект // ВЭПС. 2021. №2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-formirovaniya-i-realizatsii-investitsionnoy-politiki-sverdlovskoy-oblasti-dinamicheskij-aspekt> (28.05.2023).
6. Пиянзина А. А., Грищук В. А. Инвестиционная привлекательность как Составляющая развития региона // Общество, экономика, управление. 2018. №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-kak-sostavlyayuschaya-razvitiya-regiona> (28.05.2023).

7. Рэнкинг: Инвестиционный потенциал российских регионов в 2020 году // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://raex-rr.com/regions/investment\\_appeal/investment\\_potential\\_of\\_regions/2020/](https://raex-rr.com/regions/investment_appeal/investment_potential_of_regions/2020/) (28.05.2023)
8. Целищева Е.Ф., Калимуллина Г.Д., Семакина В.В. Анализ структуры экономики региона (на примере Свердловской области) // Экономика и социум. 2017. №2 (33). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-struktury-ekonomiki-regiona-na-primere-sverdlovskoy-oblasti> (28.05.2023).
9. Гилева И.С. Промышленность Свердловской области: опыт системного анализа// Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2022. №2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/promyshlennost-sverdlovskoy-oblasti-opyt-sistemnogo-analiza> (28.05.2023).
10. Хридина, Д. В. Рейтинг инвестиционной привлекательности Свердловской области / Д. В. Хридина //Инновационные научные исследования: теория, методология, практика: сборник статей XXI Международной научно-практической конференции : в 2 ч., Пенза, 27 мая 2020 года. Том Часть 2. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 84-88.

УДК 332

# АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**БРУСНИЦЫНА ДИАНА ВЛАДИМИРОВНА**

студент

Уральский институт управления – филиал РАНХиГС

**Аннотация.** В рамках данной статьи рассматривается Свердловская область, как регион, способный привлекать инвесторов как отечественных, так и иностранных. Свердловская область является крупным и развитым регионом страны, который входит в число лидеров по инвестиционной привлекательности. По результатам исследования было выявлено, что инвестиции в Свердловскую область необходимы, так как регион растёт и развивается, и способен давать хорошие показатели достижений в какой-либо деятельности.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная привлекательность, Свердловская область, анализ инвестиций, анализ региона.

## ANALYSIS OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE SVERDLOVSK REGION

**Brusnitsyna Diana Vladimirovna**

**Annotation.** Within the framework of this article, the Sverdlovsk Region is considered as a region capable of attracting both domestic and foreign investors. The Sverdlovsk region is one of the largest and most developed regions of the country and one of the Russian regions, which is among the leaders in terms of investment attractiveness. According to the results of the study, it was revealed that investments in the Sverdlovsk region are necessary, since the region is growing and developing, and is able to give good indicators of achievements in any activity.

**Key words:** investments, investment attractiveness, Sverdlovsk region, investment analysis, region analysis.

Свердловская область является крупной экономически развитой территорией России. Данный регион один из перспективных субъектов Российской Федерации, который имеет высокий уровень общественной и культурной активности. [1]

Кроме того, данный регион славится своей развитой промышленностью, что даёт толчок для привлечения инвесторов в развитие не только промышленной сферы, но и других направлений, так как с развитием одного сектора связан с ростом многих других. Поэтому главным аспектом постоянного роста региона является его инвестиционная привлекательность. А именно для региона необходимо умело управлять своей инвестиционной привлекательностью, чтобы правильно определить свои стороны. Это позволит повысить конкурентоспособность региона, принимая правильные инвестиционные решения. [2, С.19]

Цель работы является анализ инвестиционную привлекательность Свердловской области

Инвестиционная привлекательность – это обобщающая характеристика преимуществ и недостатков инвестирования отдельных направлений и объектов с позиции конкретного инвестора [3, С.132]

В Свердловской области продолжает развиваться инфраструктура, которая способствует стиму-

лированию инвестиционной активности региона, помимо того, создаются условия для инвесторов, обеспечивая качественное реализацию их инвестиционных проектов.

По различным рейтингам Свердловская область имеет разную оценку инвестиционной привлекательности:

1. Рейтинг инвестиционного потенциала и рисков «Эксперт РА» — высокий потенциал;
2. Индекс человеческого развития — 0,817 (9 место);
3. Рейтинг Forbes — 2 место;
4. Уровень развития малого предпринимательства — 16 место.

Основными направления стратегии региона в сфере экономики являются:

- повышения конкурентоспособности экономики области, что способствует привлечению инвестиций для инновационного обновления региона;
- создание механизмов, которые будут создавать взаимовыгодные сотрудничества между другими регионами, основанные на равных правах;
- увеличение доли инвестиций в высокотехнологичный сектор;

Поэтому региону нужно создавать условия, которые позволят привлекать и удерживать инвесторов, которые помогут обеспечить устойчивый социально-экономический рост. [4, С.139]

Кроме того, инвестиционная привлекательность служит механизмом для привлечения и увеличения инвестиций в регион, что повышает уровень инвестиционной безопасности, а следовательно, и экономическую безопасность. Это повысит благосостояние населения, а также защищенность и стабильность инвестиционных потоков в регион. [5, С.12]

Приоритетными направлениями инвестиционного развития Свердловской области являются: [6]

- Металлургический комплекс
- Химическая промышленность
- Лесопромышленный комплекс
- Транспортно-логистический комплекс
- Легкая промышленность и т.д.

Свердловские предприятия реализуют различные проекты по модернизации и развитию региона, что будет больше способствовать привлекательности региона, а следовательно, развивать инвестиционную деятельность. Поэтому важными преимуществами для инвесторов, которые хотят инвестировать в Свердловскую область являются:

- увеличение количества инвестиционных проектов в области
- кадровый и научный потенциал
- законодательства об инвестиционной деятельности
- развитая инфраструктура
- долгосрочные стратегии развития

В Свердловской области устанавливаются различные меры государственной поддержки, которые могут предоставляться субъектам инвестиционной деятельности:

- установление особенностей налогообложения субъектов инвестиционной деятельности;
- предоставление государственных гарантий Свердловской области;
- предоставление информации по вопросам, связанным с осуществлением инвестиционной деятельности

- предоставление из областного бюджета субсидий и кредитов;

Органы власти стремятся к обеспечению условий для осуществления инвестиционной деятельности для российских и иностранных субъектов. [7]

Так, для удобства инвесторов в Свердловской области существует интернет-ресурс Инвестиционный портал [invest.midural.ru](http://invest.midural.ru), где можно узнать о перспективах, об инфраструктуре региона, о мерах поддержки. [8, С.183]

Топ-10 регионов по объему инвестиций в основной капитал за 2020 год (рис.1). По итогам года объем инвестиций в основной капитал по составил 408,7 млрд руб., что эквивалентно девятой позиции



среди других субъектов Российской Федерации. Это на два позиции выше, чем в предыдущем году. [9]

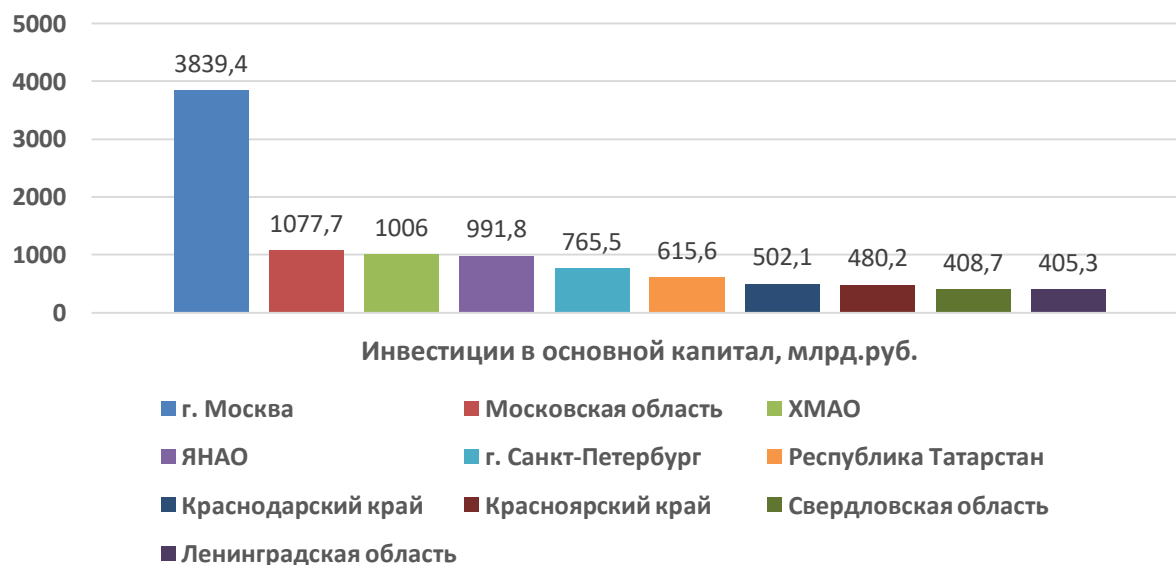


Рис. 1. Инвестиции в основной капитал по России

С каждым годом инвестиции Свердловской области растут, показывая хорошую динамику и создающие привлекательность для дальнейшего вложения средств в развитие Области (рис.2). Инвесторы имеют уверенность в продолжении вкладываться в Свердловскую область.

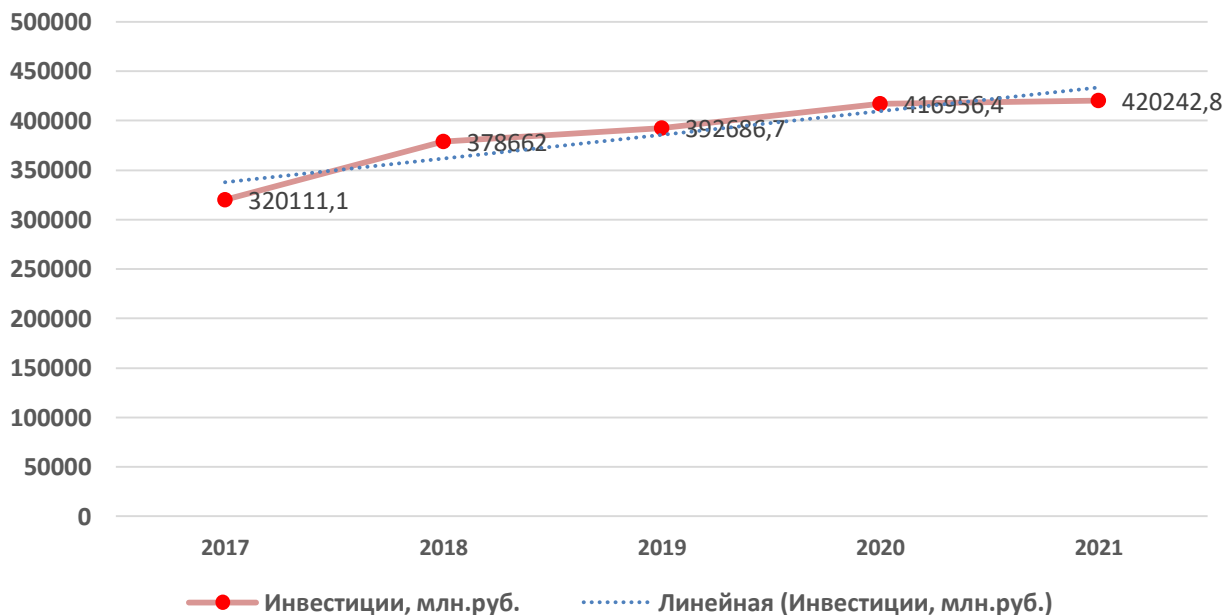


Рис. 2. Инвестиции в Свердловскую область 2017-2021 г.г.

Инвестиции в основной капитал Свердловской области превысили знаковый для региона рубеж в полтриллиона рублей. В 2021 году инвестиции составили 420,2 миллиарда рублей, что составляет рост на 11% по итогам 2022 года, где размер инвестиций составил 541 миллиард рублей. [10]

Исходя из данных, инвестиционный потенциал региона является сбалансированным потенциалом развития, где инвесторам обеспечивается нормальный уровень дохода.

**Заключение:**

Рейтинг инвестиционного потенциала области не отстаёт от других регионов и показывает привлекательность региона, представляя совокупность условий и предпосылок для инвестирования. Инвестиционная привлекательность Свердловской области находится на стадии роста, так как главная цель субъекта Российской Федерации является устойчивое развитие экономики региона за счет привлечения инвестиций, что позволяет увеличить потребительский спрос, внедрять новые технологии.

**Список источников**

1. Официальный сайт Правительства Свердловской области [Электронный ресурс]. URL: <http://midural.ru> (дата обращения 01.12.2020).
2. Смирнова Н.В. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия в условиях реструктуризации экономики: автореферат. /Н.В. Смирнова. – Иваново: ИГХТУ, 2004 – 20 с.
3. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента. М.: Юрайт, 2013. 480 с
4. Голуб Д.Д. Инвестиционный потенциал Свердловской области, ISSN 2072-0297 Молодой учёный Международный научный журнал № 18 (152) / 2017. С. 139-143.
5. Аскарлов И.Д. инвестиционной региона с позиции его экономической безопасности, – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ – 548, 116 с.,
6. Инвестиционная декларация Свердловской области// Агентство по привлечению инвестиций Свердловской области
7. Оценка инвестиционной привлекательности Свердловской области [Электронный ресурс] URL: <https://www.referat911.ru/Investicii/ocenka-investicionnoj-privlekatelnosti-sverdlovskoj-oblasti/53025-1463326-place5.html> (дата обращения 10.12.2012)
8. М.И Балыбердин Оценка и основные направления роста инвестиционной привлекательности Свердловской области// интеллектуальное управление бизнес-процессами в промышленности УДК 338.1 С. 179-184.
9. INVEST in Ural Factbook 2021 годовой отчет о реализации инвестиционной политики в Свердловской области в 2021 году
10. Инвестиции в Свердловскую области за год выросли на 120,8 млрд рублей [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5887907> 21.03.2023 (дата обращения 21.03.2023)

© Д.В.Брусницына, 2023

УДК 33

# ВАЖНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ НАСТАВНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

ТРИФОНОВ НИКОЛАЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

магистрант  
Брянский филиал РАНХиГС

**Аннотация:** в статье описывается важность института наставничества на государственной службе, изучаются цель и задачи наставничества в администрации Губернатора и Правительства Брянской области, обозначаются основные проблемы института наставничества.

**Ключевые слова:** государственная гражданская служба, адаптация, наставничество.

## IMPORTANCE AND PROBLEMS OF MENTORING CIVIL SERVANTS AT THE REGIONAL LEVEL

Trifonov Nikolai Anatolievich

**Annotation:** the article describes the importance of the institution of mentoring in the civil service, studies the purpose and objectives of mentoring in the administration of the Governor and the Government of the Bryansk region, identifies the main problems of the institution of mentoring.

**Key words:** civil service, adaptation, mentoring.

Эффективное управление социально-экономическими процессами и конкурентоспособность российской экономики на мировых рынках требует обеспечения качественного уровня управленческой деятельности государственных служащих. Дело в том, что в последнее время в системе государственной службы активно обсуждаются тенденции и направления дальнейшего формирования необходимой идеологии государственных служащих.

Следует отметить, что самостоятельно освоить широкий спектр знаний, требований и навыков сложно из-за необходимости отнимать много времени. В связи с этим на смену традиционным формам наставничества активно внедряются неформальные, внеаудиторные технологии обучения, среди которых наиболее интересными являются технологии, основанные на широком использовании электронных игр. Одним из таких инструментов является электронное наставничество, что в целом означает внедрение современных технологий электронного обучения в наставничество.

Внедрение цифровизации в процессы подготовки кадров становится все более актуальным в государственном управлении. В этом случае развитие института наставничества в условиях цифровизации процессов приобретает важность, актуальность и вызывает интерес ученых.

Наставничество, как элемент кадровой политики, является важной темой исследований в теории и практике управления персоналом. Обычно ментор—это квалифицированный специалист, который давно работает в компании и может ввести в работу нового сотрудника и дать ему всю необходимую информацию для адаптации. Как показала практика, наставничество влияет и на корпоративную культуру, посылая сообщение о том, что компания заботится о своих сотрудниках.

Наставник чаще всего работает на ценностном уровне и побуждает молодых людей к выявлению совершенствовать и укреплять основные ценности и убеждения о своих способностях, подавая пример.

В последнее время наставничество описывают как средство стимулирования и развития не только новичков, но и всего персонала организации.

Наставничество может быть использовано в следующих областях:

1. Области, в которых научно-технический процесс лидирует в пересмотре профессиональных навыков (ИТ, производство), то есть области, в которых наблюдается несоответствие профессионализма персонала потребностям организации, что неблагоприятно влияет на производительность всей компании и приводит к крупномасштабным убыткам.

2. Сферы, где практический опыт и профессионализм имеют большое значение при выполнении работы (например, ручной труд, услуги, торговля).

3. Профессия повышенной опасности.

4. Организации, в которых бытовое оборудование время от времени модифицируется в сторону более совершенных технологических процессов и механизмов.

5. Компании со стабильной оборачиваемостью и, как следствие, необходимостью для коллективной и эффективной организации квалифицированного персонала.

6. Государственная служба [2, С.521].

В последние годы наставничество получило широкое распространение не только в федеральных органах власти, но и в органах государственной власти субъектов Российской Федерации. Разработаны и внедрены положения о наставничестве, регламентирующие процесс и определяющие сферы задач и ответственности за проводимую деятельность в таких регионах, как Воронежская, Тамбовская, Белгородская, Липецкая, Костромская, Пензенская, Самарская, Сахалинская, Ярославская. С другой стороны, это привело к проведению различных круглых столов, конференций по развитию этой сферы в России, а главное, к обмену опытом формирования системы наставничества на государственной службе.

Заслуживает внимания опыт Брянской области по внедрению наставничества как социальной технологии, где в одной из первых была разработана нормативная база. Указом Губернатора Брянской области от 01 ноября 2013 года № 559 «Об утверждении Положения о наставничестве в администрации Губернатора Брянской области и Правительства Брянской области, исполнительных органах государственной власти Брянской области» определен порядок реализации данной социальной технологии в системе государственной гражданской службы Брянской области [1].

Целью наставничества является подготовка лица, в отношении которого осуществляется наставничество, к вхождению в должность, минимизация периода его профессионального становления, развития и должностной адаптации, помощь в приобретении профессиональных знаний и умений, способствующих качественному выполнению должностных обязанностей.

Задачами наставничества являются:

- оказание помощи в должностной адаптации лица, в отношении которого осуществляется наставничество, к условиям осуществления служебной деятельности, а также в преодолении профессиональных трудностей, возникающих при выполнении должностных обязанностей;

- оптимизация процесса формирования и развития профессиональных знаний и умений лица, в отношении которого осуществляется наставничество;

- ускорение процесса профессионального становления и развития лица, в отношении которого осуществляется наставничество, развитие его способности самостоятельно, качественно и ответственно выполнять возложенные должностные обязанности в соответствии с замещаемой должностью;

- содействие в формировании навыков служебного поведения лица, в отношении которого осуществляется наставничество, и применение в служебной деятельности Кодекса этики и служебного поведения государственных гражданских служащих Брянской области;

- обучение лица, в отношении которого осуществляется наставничество, эффективным формам и методам индивидуальной работы и работы в коллективе, развитие его способности самостоятельно и качественно выполнять возложенные должностные обязанности, повышать свой профессиональный уровень;

- формирование у лица, в отношении которого осуществляется наставничество, высокой созна-

тельности, дисциплинированности, трудолюбия, приверженности гражданской службе, чувства ответственности за порученное дело и свои поступки, доброжелательного и уважительного отношения к коллективу, гражданам и другим лицам;

- развитие у лица, в отношении которого осуществляется наставничество, интереса к должностной деятельности, содействие его закреплению на гражданской службе [1].

Одной из проблем в организации наставничества является мотивация наставника. В соответствии с Положения о наставничестве в Брянской области результаты работы наставника учитываются при присвоении классного чина (в случае решения вопроса о присвоении классного чина до истечения срока, установленного для прохождения гражданской службы в соответствующем классном чине), прохождении аттестации, включении в кадровый резерв на вышестоящую должность, назначении на вышестоящую должность.

Особенно остро стоит проблема увеличения текущей нагрузки наставников. Наставниками, как правило, назначаются опытные высококвалифицированные сотрудники, имеющие большой управленческий и профессиональный опыт, но при этом загруженные текущей работой и, как следствие, не имеющие практической возможности передачи полезных навыков и умений молодым специалистам. В результате в период профессиональной социализации и адаптации подопечный не получает столь необходимой помощи и поддержки на начальном этапе становления карьеры, а эффективность такого наставничества минимальна.

Еще одним препятствием для внедрения наставничества является отсутствие четких критериев отбора наставников, в полной мере учитывающих такие факторы, как профессиональный опыт, наличие свободного времени, умение избегать конфликтных ситуаций, знание ключевых принципов андрагогики, и мотивация для наставничества.

Разработка комплекса показателей для подбора наставников поможет правильно выявить достойных кандидатов на эту роль, не допустить предписывающего подхода в наделении опытных сотрудников функциями наставничества, сформировать позитивный настрой и профессиональный интерес к процессу передачи знаний и опыт молодым сотрудникам.

Самым сложным барьером на пути развития наставничества является отсутствие системного управления процессом его реализации. Необходим структурированный механизм институционального развития наставничества. Его ценностная эффективность во многом зависит от продуманности кадрового и технологического обеспечения стратегических целей и заинтересованности региональных властей в использовании наставничества.

В период с 2013 по 2018 год, не смотря на накопленный опыт субъектов России по внедрению данного института в практику кадровой работы, успешное применение наставничества в отдельных министерствах -участниках пилотного проекта, институт наставничества не до конца сложился в общем системном восприятии всей государственной службы.

Еще одним барьером институциональной полноты и эффективности наставничества является слабое качество правового регулирования, излишняя формализация, недостаточно выраженная направленность на решение практических задач в процессе наставничества. Данная проблема заключается в недостаточно разработанном механизме мотивации наставников, что приводит не только к незаинтересованности опытных государственных служащих в реализации данной технологии, но и в последующем формальном подходе к ее использованию.

На наш взгляд, чрезмерная формализация наставничества и отсутствие творческого подхода к этой деятельности приводит к тому, что акценты в работе наставников смещаются в сторону заполнения отчетов, а процедурные вопросы становятся более важными, чем реальное взаимодействие с подопечным. Процесс наставничества воспринимается не как почетная миссия и эффективно определяющая деятельность по воспитанию, обучению и адаптации государственных служащих, а как рутинная работа, результат которой не влияет ни на профессиональное самочувствие всей организации, ни на удовлетворение самого наставника.

**Список источников**

1. Указ Губернатора Брянской области от 01 ноября 2013 года № 559 «Об утверждении Положения о наставничестве в администрации Губернатора Брянской области и Правительства Брянской области, исполнительных органах государственной власти Брянской области» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document>
2. Кокова Т.Ю., Петухов А.В. Наставничество на государственной гражданской службе // В сборнике: Современный мир: проблемы и перспективы развития. Материалы международной студенческой научно-практической конференции. - 2022. - С. 520-525.

УДК 332

# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФЕДЕРАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КЛЕНОВОГО СИРОПА КВЕБЕКА КАК ПРИМЕР ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТОВАРА НА МИРОВОМ РЫНКЕ

**МЕЖАКОВ ДАНИЛА ДЕНИСОВИЧ**

студент

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина»

**Аннотация:** В статье исследуется история, а также производственная и маркетинговая политика Федерации производителей кленового сиропа канадской провинции Квебек. В заключении даётся оценка опыту данной организации в сфере продвижения региональных товаров на мировом рынке.

**Ключевые слова:** Квебек, Канада, кленовый сироп, механизмы регуляции, маркетинг.

## THE PROMOTION OF A REGIONAL PRODUCT IN THE WORLD MARKET ON THE EXAMPLE OF THE FEDERATION OF QUEBEC MAPLE SYRUP PRODUCERS

**Mezhakov Danila**

**Abstract:** The article examines the history, as well as the production and marketing policy of the Federation of Quebec Maple Syrup Producers. In conclusion an assessment of the experience of the organization in the field of promoting regional goods in the world market is made.

**Key words:** Quebec, Canada, maple syrup, regulatory mechanisms, marketing.

В эпоху глобализации субъекты государств получают всё более широкий доступ к мировому рынку, что даёт им возможность продавать свои уникальные региональные товары более широкому кругу потребителей в самых разных частях света. Однако при попытке вывести данные товары на мировой рынок субъекты государств сталкиваются с рядом проблем. В частности, в условиях рыночной экономики крайне тяжело объединить производителей для проведения единой производственной, ценовой и маркетинговой политики. Тем более, что субъекты не имеют той полноты власти и тех финансовых ресурсов, которыми обладают суверенные государства. В данном контексте крайне интересным для изучения представляется опыт Федерации производителей кленового сиропа канадской провинции Квебек.

Прежде всего, необходимо отметить, что, хотя кленовый сироп в массовом сознании и ассоциируется с Канадой в целом, его всё же можно назвать региональным товаром Квебека. Согласно данным Федерации производителей кленового сиропа Квебека, в 2022 г. на провинцию приходилось 90% от общеканадского объёма производства кленового сиропа и 72% от общемирового [1]. Эти показатели позволяют нам говорить о ведущей роли Квебека в производстве данного товара не только на канадском, но и мировом рынке.

Федерация производителей кленового сиропа Квебека возникла в 1966 г. Объединение поставило перед собой амбициозную цель – превратить провинцию в мирового лидера по производству кленового сиропа. Одной из приоритетных задач Федерации стала выработка общего плана, который бы унифицировал политику участников в сфере производства, маркетинга и ценообразования. Попытки принять подобный план имели место в 1966 г., 1974 г., 1984 г., однако по различным причинам они оказались неудачными. Лишь в 1990 г. общий план вступил в силу после того, как 84% провинциальных производителей одобрили его годом ранее [2].

Наблюдая важные изменения для отрасли, власти Квебека решили не оставаться в стороне. В 1993 г. в провинции был принят Закон о кленовом соке и сиропе, который предоставил Федерации производителей полномочия регулировать оптовую межпровинциальную и международную торговлю кленовым сиропом, произведённым в Квебеке [3].

Один из главных инструментов регуляции, который использует Федерация, - это распределение годовых производственных квот между производителями. Система квот действует с 2004 г. и основывается на среднегодовой доходности каждого производителя. Её главная цель – поддержание стабильных цен на сироп. Тем не менее, за время своего существования система успела подвергнуться критике, причём не только со стороны самих производителей, но и со стороны квебекского правительства. В 2016 г. Министерство сельского хозяйства Квебека опубликовало доклад, призывающий Федерацию отказаться от системы квот по причине её неэффективности. Как итог, сотни производителей вышли на митинг у здания Национальной Ассамблеи Квебека, выражая своё несогласие с предложением Министерства. Протестующие опасались, что отказ от производственных квот приведёт к падению цен на сироп. Однако вслед за ними на митинг у здания Ассамблеи вышли и те, кто поддержал идею Министерства. Они объяснили свою позицию тем, что система квот не позволяет производствам расширяться [4].

Ещё одним важным механизмом регуляции, используемым Федерацией, является, как следует из закона 1993 г., полный контроль над процессом оптовой продажи сиропа в другие субъекты Канады и зарубеж. На счёт данной функции объединения у производителей Квебека также нет однозначного мнения. С одной стороны, Федерация предоставляет им возможность реализовывать сироп за пределами провинции. С другой же стороны, объединение ограничивает самостоятельность производителей, а с этим не все готовы мириться. Например, в 2014 г. владелица одного из производств Анжель Гренье подала иск в Верховный суд Квебека с целью оспорить полномочия Федерации и получить право осуществлять самостоятельные оптовые продажи в другие канадские субъекты и иностранные государства. Суд вынес вердикт в пользу Федерации. Госпожа Гренье предприняла попытку обжаловать решение в суде высшей инстанции, но Верховный суд Канады отказался рассматривать её апелляцию [5].

Помимо механизмов регуляции Федерация имеет ещё один важный инструмент поддержания стабильности отрасли. В 2000 г. по инициативе объединения было создано хранилище со стратегическим запасом кленового сиропа. Запас предназначен для использования в «неурожайные» годы, когда из-за неблагоприятных погодных условий производители Квебека не могут обеспечить спрос. Хранилище имеет площадь более 24 000 м<sup>2</sup> и вмещает в себя более 24 млн. кг. сиропа [6].

Наконец, важной составляющей деятельности Федерации является организация маркетинговых компаний в иностранных государствах, чтобы обеспечить спрос на продукцию. Ежегодно объединение тратит около 5 млн. канадских долларов на маркетинг зарубежом. Например, в первой половине 10-ых гг. XXI века, изучая свои позиции на рынке Великобритании, Федерация обнаружила, что местные потребители воспринимают кленовый сироп как жирный, вредный продукт. Тогда объединение вместе с британским маркетинговым агентством Liquid запустили рекламную кампанию, в которой сироп представлялся как более полезная для здоровья альтернатива сахару. Как итог, в 2015 г. экспорт сиропа в Великобританию вырос на 36% [7].

Таким образом, политику Федерации, можно считать в целом эффективной. Только за первые два десятилетия XXI века производство кленового сиропа в Канаде, а соответственно и в Квебеке, утроилось [7]. А в 2022 г. кленовая отрасль провинции привнесла 1,1 млрд. долларов в ВВП Канады [1]. Опыт квебекского объединения может оказаться полезным для изучения для властей субъектов и



предпринимателей, желающих продвигать на мировом рынке уникальные региональные товары. Так, с одной стороны, пример Федерации демонстрирует возможность объединения местных производителей для проведения единой политики, но, в тоже время, он показывает, что наделение такого объединения регулятивными функциями может вызвать сопротивление со стороны отдельных производителей. Также интересен опыт Федерации в сфере маркетинга, так как именно посредством грамотных маркетинговых кампаний можно сформировать спрос на региональные товары на мировом рынке.

#### Список источников

1. Maple Syrup — The Numbers Speak for Themselves [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ppaq.ca/en/sale-purchase-maple-syrup/maple-economic-development/> (27.05.2023)
2. The QMSP Story [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ppaq.ca/en/our-organization/our-dna/the-qmsp-story/> (27.05.2023)
3. Quebec Maple Sap and Maple Syrup Order [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-93-154/page-1.html> (27.05.2023)
4. Quebec Maple Syrup Producers Divided Over Quota System [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/quebec-maple-syrup-quota-protests-1.3455083> (27.05.2023)
5. Hinkson K. Dissident Quebec maple syrup producers won't have appeals heard in Supreme Court [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/supreme-court-maple-syrup-denied-angele-grenier-1.4151320> (27.05.2023)
6. The World's Only Reserve of Maple Syrup [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ppaq.ca/en/sale-purchase-maple-syrup/worlds-only-reserve-maple-syrup/> (27.05.2023)
7. Levinson-King R., Murphy J. Quebec's Maple Syrup Producers Seeking Global Domination [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-39375257> (27.05.2023)

УДК 332

# ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙ, ПРОЖИВАЮЩИХ В ГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН

**КАЗИБЕКОВА НАИДА АЛИКУЛИЕВНА,**к.э.н., профессор общеуниверситетской кафедры социогуманитарных дисциплин  
ФГБОУ ВО «ДГПУ»**ИСМИЕВА ЗАМИРА МУЪМИНОВНА**старший преподаватель общеуниверситетской кафедры социогуманитарных дисциплин  
ФГБОУ ВО «ДГПУ»

**Аннотация:** в статье авторы рассматривают проблемы, с которыми сталкиваются семьи, проживающие в горных территориях Республики Дагестан, выделяя основную проблему – отток молодежи из горных сел. Молодежь покидает родные места из-за отсутствия постоянной работы, тяжелых условий жизни. Авторы считают, что развитие сельского хозяйства, малого бизнеса и внутреннего туризма поможет решить данную проблему.

**Ключевые слова:** горные территории, молодежь, туризм, экономическая эффективность.

## PROBLEMS OF FAMILIES FROM THE MOUNTAINOUS TERRITORIES OF THE REPUBLIC OF DAGESTAN

**Kazibekova Naida Alikulievna,  
Ismieva Zamira Muminovna**

**Abstract:** in the article, the authors consider the problems faced by families living in the mountainous territories of the Republic of Dagestan, highlighting the main problem – the outflow of young people from mountain villages. Young people leave their homes due to the lack of permanent work, difficult living conditions. The authors believe that the development of agriculture, small business and domestic tourism will help solve this problem.

**Key words:** mountain territories, youth, tourism, economic efficiency.

Республика Дагестан традиционно считается горной территорией. В горных территориях республики расположено 1186 населенных пунктов в 30 муниципальных районах (табл. 1). Горные территории занимают около 44% всей площади республики. Здесь в настоящее время проживает порядка 940 тысяч человек – это более 30% населения Дагестана.

За последние 30 лет население в горной части республики выросло почти в 1,5 раза, вместе с тем его доля в горах от общей численности населения Дагестана снизилась с 34 до 30%. Причин у этого явления несколько:

1. наблюдаемая в последние годы негативная тенденция переезда жителей горных сел на равнину. Это связано с тяжелыми условиями жизни, отсутствием рабочих мест, запустением сел, отсутствием элементарных сервисов, молодежь покидает родные места в поиске работы и лучших условий жизни. Эту тенденцию нужно переломить и создавать условия, чтобы человек, который постоянно живущий в горных условиях, пользовался всеми благами цивилизации;

2. семьи, имеющие 3-х и более детей, являются наименее обеспеченными, с низким среднемесячным доходом на одного члена семьи, что ведет к увеличению издержек на питание, одежду и т.д. В структуре доходов многодетных семей пособия на детей невелики, хотя и дают прибавку к семейному бюджету. Доля затрат на продовольственные товары выше, а структура питания менее разнообразная, наблюдается дефицит в самых необходимых бытовых предметах;

3. семьи, проживающие в горной местности, не располагают средствами на образование, культурное и спортивное развитие детей, музыкально-художественное образование. В каждой пятой семье дети не посещают детские сады из-за нехватки денег на оплату или из-за проблемы устройства ребенка в детский сад.

Таблица 1

**Типология горных районов Республики Дагестан**

Группа муниципальных образований	Муниципальные районы
I группа – высокогорные малонаселенные районы	Агульский, Докузпаринский, Кулинский, Курахский, Лакский, Рутульский, Цунтинский, Бежтинский участок
II группа – высокогорные районы	Ахвахский, Ахтынский, Ботлихский, Гумбетовский, Дахадаевский, Тляратинский, Унцукульский, Хунзахский, Цумадинский, Чародинский, Шамильский
III группа – горные районы	Акушинский, Гергебильский, Гунибский, Левашинский, Хивский

В Республике Дагестан принят закон о горных территориях, а также утверждена Стратегия социально-экономического развития территориальной зоны «Горный Дагестан» до 2025 года, реализуется государственная программа социально-экономического развития горных территорий Республики Дагестан. Кроме того, первая инициатива по принятию Федерального закона «О горных территориях Российской Федерации» зародилась именно в Республике Дагестан.

Основной идеей законопроекта является понимание максимально рационально и эффективно использовать имеющиеся природные и географические преимущества, которыми обладают наши горные территории. Вместе с тем сложный горный ландшафт обуславливает необходимость формирования особенной государственной политики, развитие и принятие соответствующего закона, который позволит в первую очередь сохранить и приумножить местное население, проживающее постоянно в горах.

Этому будет способствовать реализуемый в Республике Дагестан проект в сфере внутреннего туризма – создание туристского кластера, восстановлению народных промыслов, открытию малых предприятий, гостевых домов и этно-хостелов.

Хотя по объему производства изделий народных художественных промыслов республика сохраняет лидирующее положение в стране, следует выделить ряд проблем, которые сдерживают значительные потенциальные возможности отрасли. Среди них следует выделить недостаток оборотных средств, фактический и моральный износ оборудования, недоступность кредитных ресурсов, незащищенность от фальсификации продукции.

Основным направлением развития экономики региона остается сельское хозяйство. Поэтому Министерство сельского хозяйства и продовольствия РД должно уделить максимум внимания проблеме развития малых сельхоз предприятий в горных районах, разработать систему грантов для молодых фермеров и животноводческих хозяйств, содействовать в получении государственных субсидий, организовать системы хранилищ произведенной сельхозпродукции, а также способствовать в приобретении новой техники и ремонте имеющейся. В горных районах необходимо открыть цеха по переработке мяса, молока, овощей и фруктов. Наладить производство компотов, соков, солений и варений. На сегодняшний день почти 50% выращиваемых овощей и фруктов пропадает из-за нехватки специализированных хранилищ и недостаточных объемов производственных мощностей переработки продукции сельского хозяйства.

В настоящее время в общем объеме продукции сельского хозяйства по республике доля горных территорий составляет 54%; инвестиций в основной капитал – 7,4%; розничного товарооборота – 9,3%; отгруженных промышленных товаров – 15,3%.

Открытие малого и среднего производства и переработки в горных селах обеспечило бы работой большинство местного населения, а жителей и гостей республики экологически чистыми продуктами животноводства, виноградарства и растениеводства.

Целенаправленная разработка и реализация системы стратегического управления повышением уровня экономической эффективности определяет успешность выполнения государственной программы социально-экономического развития горных территорий Республики Дагестан.

Для определения эффективности развития горных муниципальных образований необходимо использовать ряд показателей (табл.2):

- производительность общественного труда в муниципалитете;
- доля стоимости продукции сельскохозяйственного производства в стоимости ВВП  $i$ -го муниципалитета;
- доля стоимости продукции (услуг) художественных промыслов и туризма в стоимости ВВП  $i$ -го муниципалитета.

Таблица 2

**Основные показатели оценки экономической эффективности развития муниципалитетов горных районов Республики Дагестан**

№ п/п	Наименование показателя	Модель расчета	Обозначения модели
1.	Производительность общественного труда в $i$ -том муниципалитете	$P_i = \frac{NV_{it}}{M_{it}}$	$NV_{it}$ – произведенный национальный доход в $i$ -ом муниципалитете в году $t$ ; $M_{it}$ – средняя численность работников $i$ -го муниципалитета, занятых в отраслях материального производства в году $t$
2.	Доля стоимости продукции сельскохозяйственного производства в стоимости ВВП $i$ -го муниципалитета	$A_i = \frac{P_{it}}{C_{it}}$	$P_{it}$ – стоимость продукции сельского хозяйства в $t$ -ом году $i$ -го муниципалитета; $C_{it}$ – стоимость ВВП в $t$ -ом году $i$ -го муниципалитета
3.	Доля стоимости продукции (услуг) художественных промыслов и туризма в стоимости ВВП $i$ -го муниципалитета	$P_i = \frac{T_{it}}{C_{it}}$	$T_{it}$ – стоимость продукции (услуг) художественных промыслов и туризма в $t$ -ом году $i$ -го муниципалитета; $C_{it}$ – стоимость ВВП в $t$ -ом году $i$ -го муниципалитета.

Приоритетными направлениями повышения эффективности развития муниципалитетов горных районов являются:

- проведение всестороннего анализа с использованием предложенных показателей оценки эффективности;
- изучить полученные результаты оценки, выявить недостатки и упущения;
- разработать программу дальнейшего развития экономической деятельности горных территорий;
- осуществить контроль за выполнением программы развития экономической деятельности горных территорий.

## Список источников

1. Абидов М.Х. Разработка системы мер развития экономики региона в условиях изменения факторов внешней среды // УЭПС: Управление, экономика, политика, социология. – 2015. - № 3. – С. 13-19.
2. Алиев М.А., Казибекова Н.А. Проблема экономической эффективности развития муниципалитетов горных территорий Республики Дагестан. Издательство «Экономика». Горизонты экономики. – 2020. -№3(56).
3. Алиев М.А. Организационно-экономические основы развития сельских муниципальных образований Республики Дагестан // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. – 2015. - № 3 (32). – С. 97-101.

УДК 332.1

# ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН

**КАЗИБЕКОВ ИСЛАМ МУЪМИНОВИЧ**старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, аудита и финансов  
ФГБОУ ВО «ДГАУ», г.Махачкала

**Аннотация:** в статье автор раскрывает проблемы, с которыми сталкивается одна из приоритетных отраслей российской экономики – туризм. По мнению автора, туризм способен помочь решению социально-экономических проблем региона, такие как, занятость сельской молодежи, привлечение частных инвестиций в туристскую индустрию. Автором предложен SWOT – анализ туристской индустрии Республики Дагестан.

**Ключевые слова:** туризм, туристский бизнес, туристская инфраструктура, внутренний туризм, туристские услуги.

## PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF DAGESTAN

**Kazibekov Islam Muminovich**

**Abstract:** in the article, the author reveals the problems faced by one of the priority sectors of the Russian economy – tourism. According to the author, tourism can help solve the socio-economic problems of the region, such as the employment of rural youth, attracting private investment in the tourism industry. The author offers a SWOT analysis of the tourism industry of the Republic of Dagestan.

**Key words:** tourism, tourism business, infrastructure, domestic tourism, tourist services.

Переход Российской Федерации к рыночной экономике привел к кардинальным изменениям во всех отраслях экономики. Модернизация коснулась и туристской сферы. В наследство российскому туризму достались санатории, курорты, пионерские лагеря и базы отдыха, т.е. огромная материальная база туристского комплекса. Со временем туристская инфраструктура и основные фонды изнашивались физически и морально. Прежние условия отдыха перестали удовлетворять потребностям взыскательных отдыхающих, которые имели возможность сравнить с зарубежными курортами.

Формирование российского туристского рынка началось с 1990 г. На первом этапе развития рынка разрабатывались в основном выездные туры. Многолетний дефицит выездного туризма в СССР сформировал повышенный спрос на внешний туристский продукт, особенно на шоп-туры. Некоторые страны ввели ряд мер по привлечению российских туристов: безвизовый въезд в страны бывшего социалистического содружества (Китай, Чехия, Венгрия, Болгария, Израиль и др.); упрощение визовых формальностей в Германии, Турции, Италии, Испании; экономические туры для российских туристов в некоторые страны (Франция, Испания).[1]

Активная государственная политика в сфере развития туризма, создание благоприятных условий для развития частного предпринимательства в туристской отрасли, а также неуклонный рост безопасности туристов привели к существенному изменению количества желающих инвестировать в сферу туризма. Эти мероприятия позволили значительно увеличить количество отдыхающих внутри страны и в Республике Дагестан.

На сегодняшний день развитие внутреннего туризма является национальным приоритетом. В ходе реализации государственной программы «Развитие туризма» будут достигнуты следующие цели:

- обеспечение современной туристской инфраструктурой;
- создание и внедрение системы поддержки предпринимателей, направленных на развитие внутреннего туризма;
- создание условий для доступных поездок граждан по стране;
- создание и внедрение цифровых решений, обеспечивающих доступ к информации о возможностях отдыха внутри страны;
- увеличение числа рабочих мест и повышения кадрового потенциала туристской отрасли и др.

По данным Федеральной службы государственной статистики, площадь номерного фонда коллективных средств размещения по сравнению с 2011 годом выросла почти в 1,9 раза. В 2020 году был достигнут уровень 21954,6 тыс. кв. метров. Вместе с тем количество койко-мест в коллективных средствах размещения увеличилось с 1294 тыс. единиц в 2011 году до 2473 тыс. единиц в 2020 году (в 1,9 раза больше). Туристский сектор России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики. По данным Комитета по туризму Организации экономического сотрудничества и развития, в последние годы отрасль формирует 3,9 процента валового внутреннего продукта страны и 0,7 процента общей численности занятых, что значительно ниже, чем в ряде развитых стран мира. При этом валовая добавленная стоимость в сфере туризма в России в 2017 году составила около 0,9 тыс. долларов США на одного жителя, что в 1,4 раза меньше, чем в США, в 2,1 раза меньше, чем в Германии, в 4,5 раза меньше, чем в Испании. [1]

Проведенный анализ показал, что в 2010 году внутренний и въездной туристский поток в Дагестан составил 219,2 тыс. человек, то уже в 2019 году турпоток превысил 850 тысяч человек (табл.1). По сравнению с 2010 годом рост составил почти в четыре раза.[2]

Таблица 1

**Динамика развития туризма в Республики Дагестан в 2010-2019 годы**

Наименование	Единица измерения	2010 г.	2015 г.	2017 г.	2019 г.
1. Количество койко-мест в средствах размещения туристов	тыс.	16,3	18,1	19,7	21,3
2.Общий поток туристов	тыс.человек	219,2	430,0	608,0	850,0
3.Число занятых в туристско-рекреационном комплексе	тыс.человек	6,5	7,9	8,9	10,0
4. Количество коллективных средств размещения	единиц	168	182	191	255
5.Число сертифицированных туристских маршрутов	единиц	24	32	36	41

В Дагестане в период с 2010 по 2019 годы были возведены и начали функционировать 87 гостиниц, туристских баз и туристских центров, таким образом, количество коллективных средств размещения достигло 255, включая 52 туристские базы, 15 санаториев, 131 гостиниц, 47 гостевых домов. Общее количество койко-мест составило 21,3 тыс. единиц. Число сертифицированных туристских маршрутов, включенных в реестр маршрутной сети Дагестана, составило - 41. Количество туристских организаций и предприятий достигло - 18. Число занятых в сфере туризма на постоянной основе увеличилось до 10 тыс. человек.[3]

По данным экспертных оценок в 2020 году Республику Дагестан посетили, несмотря на эпидемиологическую обстановку, 840 тыс. человек. В 2021 году туристский поток в Республику Дагестан за отчетный год составил 1085 тыс. чел, что почти на 30 % больше, чем в 2020 году (840 тыс. чел.).

Для дальнейшего непрерывного и всестороннего развития внутреннего туризма в регионе, создания благоприятного имиджа, привлечения частных инвесторов и туристов, позиционирования региона, выявления потенциальных угроз и сдерживающих факторов, необходимо создать, по нашему мнению, матрицу оценки условий развития туристской индустрии по сравнению с регионами-конкурентами

на основе анализа состояния и перспектив дальнейшего развития, выделяя сильные и слабые стороны, раскрывая возможности развития, а также выявляя угрозы развития (табл.2).

Таблица 2

## SWOT – анализ туристской индустрии Республики Дагестан

<i>Сильные стороны S</i>	<i>Слабые стороны W</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- выгодное стратегическое географическое положение;</li> <li>- наличие разнообразных природных и курортно-рекреационных ресурсов;</li> <li>- наличие квалифицированных специалистов и обеспечение продуктивной занятости трудоспособного населения;</li> <li>- относительно благоприятная экологическая ситуация;</li> <li>- наличие богатого историко-культурного наследия;</li> <li>- возможность для охоты и рыболовства;</li> <li>- наличие культурно-досугового бизнеса;</li> <li>- поддержка предприятий, производящих уникальную продукцию народных промыслов;</li> <li>- развитие отдельных элементов туристской инфраструктуры;</li> <li>- наличие морского побережья и благоустроенных пляжей;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нехватка комфортабельных гостиниц, санаториев, турбаз;</li> <li>- низкий уровень обслуживания и достаточно высокие цены гостиничных услуг;</li> <li>- отсутствие квалифицированных гидов и экскурсоводов;</li> <li>- отсутствие кемпинг стоянок и общественных туалетов;</li> <li>- низкое качество услуг, предлагаемых туристскими компаниями;</li> <li>- неудовлетворительное состояние мест отдыха и развлечений;</li> <li>- нехватка финансово-инвестиционных ресурсов;</li> <li>- отсутствие широкой рекламы туристских возможностей республики;</li> <li>- экологические проблемы (загрязнение морских вод, несанкционированные свалки, несвоевременный вывоз мусора в городах и сельской местности и т.д.);</li> <li>- нехватка детских санаториев;</li> <li>- отсутствие всероссийских всесезонных лагерей отдыха для детей и подростков</li> </ul>
<i>Возможности развития O</i>	<i>Угрозы развития T</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- укрепление связей с соседними регионами;</li> <li>- реконструкция и проведение перевооружения имеющихся объектов туризма;</li> <li>- разработка и реализация программы развития дорожно-транспортной сети;</li> <li>- разработка и реализация перспективной экологической программы;</li> <li>- разработка республиканской целевой программы развития туризма;</li> <li>- улучшение работы по воспитанию бережного отношения к природным и культурным объектам;</li> <li>- подготовка кадров для туристской индустрии и гостиничного бизнеса;</li> <li>- получение инфраструктурного кредита в размере 3,6 млрд. руб.;</li> <li>- возможности развития экологического и этно-туризма, сельского, лечебного и спортивного туризма, эготерапии; апитерапии;</li> <li>- освоение 250 млн. руб. на проектирование туристского кода центров городов республики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- неблагоприятный инвестиционный климат;</li> <li>- недостаточная развитость и низкое техническое состояние автомобильных дорог, особенно в сельской местности;</li> <li>- недостаточное развитие информационно-коммуникационных систем;</li> <li>- некачественное состояние инфраструктуры туристско-рекреационного комплекса;</li> <li>- экологические проблемы региона</li> </ul>

SWOT – анализ туристской индустрии Республики Дагестан является диагностическим анализом состояния, который выявляет имеющиеся условия для развития, сильные стороны **S**, раскрывает сдерживающие факторы и слабые стороны **W**, определяет возможности **O**, выявляет потенциальные угрозы развития **T**. Для определения стратегии развития туристской отрасли необходимо проанализировать сильные и слабые стороны и выявить параметры и факторы, влияющие на них, более деталь-



но, углубленно изучить ситуацию.

На основе проведенного анализа выделим «Сильные стороны – Возможности» развития туризма в регионе:

1. использование выгодного стратегического географического положения и природно-рекреационного, климатического потенциала республики;
2. наличие квалифицированных специалистов и обеспечение продуктивной занятости трудоспособного населения;
3. возможность привлечения туристов богатым историко-культурным наследием, народными промыслами;
4. формирование инфраструктуры гостиничного комплекса, средств размещения повышенной комфортности, объектов санаторно-курортного назначения и общекурортных учреждений; инфраструктуры развлечений и индустрии питания;
5. использование талассотерапии, бальнеолечения, лечения минеральными водами, возможности для охоты и рыбалки;
6. формирование активной политики в области развития республиканского туризма и разработка республиканской целевой программы развития туризма;
7. подготовка квалифицированных кадров для туристической индустрии и гостиничного бизнеса;
8. получение бюджетного инфраструктурного кредита;
9. возможность развития новых направлений в туризме: экологического и этно-туризма, сельского, лечебного и спортивного туризма, апитерапия, эротерапия;
10. получение 317,8 млн. руб. на развитие туристской инфраструктуры и освоение 250 млн. руб. на проектирование туристского кода центров городов республики.

«Слабые стороны – Угрозы»:

1. недостаточное количество комфортабельных гостиниц, санаториев, туристских баз, устаревшая материально-техническая база оснащения;
2. низкий уровень сервиса и высокие цены на услуги;
3. отсутствие комфортабельных кемпингов и общественных туалетов в местах пребывания туристов;
4. наличие экологических проблем (загрязнение морских вод, несанкционированные свалки, несвоевременный вывоз мусора в городах и сельской местности и т.д.);
5. отсутствие всероссийских всесезонных лагерей отдыха для детей и подростков;
6. неблагоприятный инвестиционный климат, дотационность республики;
7. слабое развитие информационно-коммуникационных систем и связи (горные районы республики);
8. недостаточно высокий уровень развития транспортной инфраструктуры в сельской и горной местности.

По нашему мнению, развитие регионального туризма может оказать положительное влияние на экономику республики, горных и равнинных территорий; позволит решить назревшие социально-экономические проблемы, такие как, занятость сельской молодежи, привлечение частных инвестиций в туристскую индустрию, развитие транспортной, развлекательной и санаторно-курортной инфраструктуры; сохранение природных и культурных памятников.

В целом, туризм влияет на сохранение и развитие культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами, заставляет правительства, общественные организации и коммерческие структуры активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды.

Современное развитие туризма в России характеризуется наличием глубоких противоречий в его организационной структуре, в направленности развития, в состоянии качественных и количественных характеристик.

Российская Федерация, несмотря на свой высокий туристский потенциал, занимает незначительное место на мировом туристском рынке, что связано с отставанием в туристской и транспортной ин-

фраструктуре, отсутствием в сфере туризма достаточного количества квалифицированных кадров, значительной конкуренцией на международном рынке туристских услуг, санкционные ограничения и т.д.

В целом же несмотря на цикличность падений и подъемов на рынке туристских услуг, наблюдается среднегодовой темп роста.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что прогнозы по развитию туризма в стране и регионе благоприятны, обнадеживает и тот факт, что принимаются государственные программы по развитию туризма.

#### **Список источников**

1. Постановление Правительства РФ №2439 «Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» от 24 декабря 2021
2. Караханов М.Н., Нурбагандов З.Д. Стратегическое управление предпринимательской деятельности в туристско-рекреационной сфере региона. Монография. Махачкала. Ризо-пресс, 2020. – С.39.
3. Стратегический менеджмент (электронный ресурс), 2020
4. <http://government.ru/news/44285/>

УДК 332

# ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КУШВА

АНТЫШЕВ МАТВЕЙ АНТОНОВИЧ

студент  
УИУ РАНХиГС

**Аннотация.** В статье даны определения понятий «имидж» и «имидж территории». Приведены типологии имиджа территории. Рассмотрены этапы и основные факторы формирования имиджа территории. Предлагаются этапы формирования позитивного имиджа территории на примере города Кушва.

**Ключевые слова.** Формирование, конкурентная среда, имидж территории, бренд территории, туризм, маркетинг, управление территорией.

## FEATURES OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE TERRITORY ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF KUSHVA

Antyshev Matvey Antonovich

**Annotation.** The article defines the concepts of "image" and "image of the territory". The typologies of the image of the territory are given. The stages and main factors of the formation of the image of the territory are considered. The stages of forming a positive image of the territory on the example of the city of Kushva are proposed.

**Key words.** formation, competitive environment, territory image, territory brand, tourism, marketing, territory management.

В современном мире формирование имиджа стало одним из самых важных инструментов для привлечения туристов, инвестиций, а также развития территорий. В современной конкурентной среде каждая территория стремится привлечь большее количество туристов, инвесторов и жителей, усилив свой имидж. Формирование положительного имиджа территории способствует ее развитию и успеху в будущем, а именно привлечению новых бизнес-партнеров, увеличению объема прибыли и расширению научных и культурных связей.

Имидж территории играет ключевую роль в привлечении туристов и увеличении экономического потенциала областей. Каждая территория должна дифференцироваться и подходить для целевых аудиторий, чтобы привлечь больше внимания. Кроме того, формирование имиджа территории связано с развитием бренда, что является необходимым условием для успешных маркетинговых кампаний и повышения конкурентоспособности.

Остановимся подробнее на терминологии. Слово «имидж» (от англ. «image») в переводе на русский язык означает образ, вид. Существует несколько определений понятия «имидж», в которых авторы акцентируют внимание на разных сторонах этого сложного и многоаспектного понятия. Так, согласно определению Г.В. Довжик, имидж – это «комплексное социально-психологическое по своей природе образование, существующее на уровнях отдельной личности и/или группы, включающее в себя семиотическую, эмоционально-оценочную, когнитивную составляющие, обладающее относительной константностью, динамичностью, ассоциативностью, открытостью и влияющее на поведение людей» [1, с. 43]. Г.Г. Почепцов под имиджем понимает индивидуальный облик или ореол, создаваемый СМИ, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания [2, с. 243].

Согласно определению А.Ю. Панасюка, имидж – это искусственный образ, который формируется в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия с целью создания определенного отношения аудитории к объекту. Имидж может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые [3, с. 25].

Таким образом, под имиджем мы понимаем синтетический образ, который складывается в индивидуальном или массовом сознании людей в отношении конкретного объекта, содержит в себе эмоционально окрашенную информацию и вызывает определенное социальное поведение. Имидж – категория, которая может универсально применяться к любому объекту, который является предметом социального познания, в том числе и к территории.

Имидж территории - это набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей территории. Субъективное представление о территории может формироваться вследствие непосредственного личного опыта (например, в результате проживания на данной территории) или опосредованно (например, со слов очевидцев, из материалов средств массовой информации и т. д.).

Имидж территории - очень разноплановый, иногда искусственно создаваемый образ, который складывается в сознании людей. Сколько людей, столько и представлений о конкретной территории. Поскольку сами люди совершенно разные, постольку специфично и их восприятие к территории. Кроме того, люди имеют отличающуюся информацию о территории, а также неодинаков их опыт, который связан с ней. Вследствие этого и имидж одной и той же территории в сознании разных людей формируется различный.

Имидж территории базируется прежде всего на территориальной индивидуальности. Территориальная индивидуальность включает в себя официальные, если можно так выразиться, «опознавательные» характеристики территории - это комплекс визуальных, вербальных и других признаков, по которым люди идентифицируют территорию (место на карте, название, герб, флаг и т. д.). По сути дела - это своеобразный «паспорт» территории с «фотографией» - картой, с указанием ее «имени» - названия, «пропиской» - местонахождением и т. д.

Имидж территории можно классифицировать по нескольким основаниям [4].

В качестве первого основания выступает направленность проявления имиджа во внешнюю или внутреннюю среду. В этом случае имидж бывает внутренним (формируется у жителей территории) и внешним (формируется у представителей других территорий, например, у туристов). Тут необходимо отметить, что создание эффективного имиджа территории для каждой целевой группы является одной из самых сложных задач для имиджмейкеров, поскольку имидж должен соответствовать социальным ожиданиям масс.

Второе основание – объективность существования, в соответствии с которым имидж территории разделяют на реальный и идеальный. Реальный имидж – тот, что есть на самом деле, идеальный – представление о том, каким он должен быть с точки зрения конкретной целевой группы. Задачей имиджмейкера является создание программ, корректирующих те или иные стороны реального имиджа для приближения его к идеальному.

Третьим типологическим основанием является эмоциональная окраска имиджа, в зависимости от которой он может быть позитивным или негативным.

Наконец, в качестве четвертого основания выступает целенаправленность формирования имиджа. В данном случае имидж подразделяется на естественный, складывающийся стихийно, без каких-либо специальных действий со стороны носителя имиджа, и искусственный, создаваемый специально средствами пропаганды, рекламы и связей с общественностью.

Большой интерес для нашего исследования представляют факторы формирования имиджа территории.

Существуют разные подходы к определению этапов формирования имиджа территории. Однако Т. Гринберг[5] выделила наиболее основные и обязательные составляющие данного алгоритма для территорий любого масштаба:

1. Исследование ситуации. На данном этапе производится анализ и оценка существующего имиджа субъекта. Необходимо определить составляющие имиджа, длительность его существования, устойчивость, позитивность или негативность. Кроме того, необходимо выделить существующие стереотипы.

2. Соотнесение текущего имиджа с проективным. Определяются основа конструируемого имиджа, а также набор корректирующих его характеристик.

3. Позиционирование. На данном этапе определяются отличительные черты региона, выявляются конкурентные преимущества.

4. Выбор и разработка коммуникативных стратегий.

Большинство территорий публично-правовых образований Российской Федерации характеризует слабо выраженный имидж. Это находит свое отражение в том, что потенциальные потребители почти ничего не знают о возможностях, предоставляемых для них территорией. Не исключением является и имидж города Кушвы.

Город Кушва расположен на восточном склоне Уральских гор, у подножья горы Благодать, преимущественно с западной и юго-западной сторон от вершины, по берегам реки Кушвы и образованного на ней Кушвинского пруда. Город Кушва расположен северо-западнее Екатеринбурга и Нижнего Тагила — крупных городов Урала, в 198 и 50 километрах соответственно.

Свое название город получил от одноименной реки Кушва, имя которой произошло от двух слов «куш» и «ва», с коми-пермяцкого означают «голое» и «река» соответственно.

Кушвинский городской округ – это старый промышленный район. Кушва, как промышленное поселение, появилась осенью 1735 года, именовалась «Кушвинский завод», поскольку начало ей положило строительство чугунолитейного завода на базе богатейшего месторождения железной руды. В 1801 году Кушвинский завод стал центром нового образования – Гороблагодатского горного округа, объединившего в уникальный хозяйственный комплекс Кушвинский, Верхнетуринский, Нижнебаранчинский, Нижнетуринский и Серебрянский заводы. Впоследствии часть этого округа была объединена административно. 3 ноября 1923 года был организован Кушвинский район, который входил в состав Тагильского округа. Район объединил три бывших волости: Кушвинскую, Верхнетуринскую, Нижнебаранчинскую. Постановлением ВЦИК от 5 апреля 1926 года был утверждён список городов Уральской области, в котором был и город Кушва Кушвинского района. В 1930 году после ликвидации Тагильского округа Кушвинский район стал самостоятельной административно-территориальной единицей в составе сначала Уральской, а затем - Свердловской области. 15 марта 1956 года Указом Президиума Верховного Совета РСФСР Кушвинский район был ликвидирован, а город Кушва отнесён к категории городов областного подчинения.

На сегодняшний день бренд города Кушвы не сформирован. На протяжении нескольких лет в городе наблюдается естественная убыль населения, практически отсутствует туризм, слабо идет привлечение инвесторов для реализации инфраструктурных проектов.

При этом следует отметить выгодное географическое положение города Кушвы, прекрасную природу и массу исторических достопримечательностей. Всё это даёт базу для брендинга территории.

С целью формирования позитивного имиджа территории города Кушвы необходимо:

1) создать бренд города с определенной символикой – «БлагоДать для жизни», разработать лозунг;

2) транслировать созданный бренд во всех СМИ;

3) проводить специальные мероприятия, призванные передать специфику культуры муниципалитета, его национальные особенности и достижения;

4) организовать работу посредников, к числу которых относятся туристические агентства;

5) получение индивидами личного опыта благодаря посещению территории и общению с ее жителями.

Таким образом, изучение особенностей формирования имиджа территории является актуальным и важным для специалистов в области туризма, маркетинга и управления территорией.

**Список источников**

1. Довжик Г. В. Социально-психологические механизмы формирования внешнего имиджа организации: дис. канд. психол. наук: 19.00.05 / Галина Владимировна Довжик. 2006. С. 43.
2. Почепцов Г. Г. Имиджология: теория и практика / Г. Г. Почепцов. 1997. С. 346.
3. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. 2008. С. 25.
4. Зазыкин В. Г. Имидж организации: структура и психологические факторы [Электронный ресурс] // Режим доступа: – Практические аспекты связей с общественностью»: материалы конференции. <http://www.twirpx.com/file/35484/> (дата обращения: 20.06.2015).
5. Беляева Ю. В. Теоретические подходы к понятию имиджа территории / Ю. В. Беляева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 26 (264). С. 396-398.
6. Поспелов Е. М. Кушва // Географические названия России: топонимический словарь. 2008. С. 265.
7. Матвеев А. К. Географические названия Урала: Топонимический словарь. 2008. С. 151.
8. Паспорт муниципалитета. Официальный сайт Кушвинского городского округа. URL: <https://kushva.midural.ru/article/show/id/10241>.
9. Прохоров А.И., Скрябин А.М., Анисимова Т.Г. / Кушва: документальные рассказы о городе горяцкой славы. 1969. С. 198.

УДК 323.1

# СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ: ПОИСК ПУТЕЙ РЕШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

**БЕЛЯЕВ ВЛАДИСЛАВ ВЛАДИМИРОВИЧ,**

К.Т.Н., доц.

**БОРОУХИН ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ,**

К.Э.Н., ст.п

Тульский филиал

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

**КУЗНЕЦОВ ГРИГОРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ,  
ПОДБУРТНЫЙ МАКСИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ**

аспиранты

Воронежский филиал

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

**Аннотация:** В данной статье обосновывается значение социальных и экологических аспектов в развитии региональных экономических систем, обосновывается их взаимосвязь с экономическими факторами при формировании экономической политики и разработке стратегии регионального развития, предлагаются мероприятия по их улучшению.

**Ключевые слова:** регион, экономика, экономические системы, социальные аспекты, экология.

## THE ROLE OF REGIONAL ECONOMIC SYSTEMS IN SOLVING SOCIAL AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS

**Belyaev Vladislav Vladimirovich,  
Boroukhin Dmitry Sergeevich,  
Kuznetsov Grigory Vladimirovich,  
Podburtny Maxim Alexandrovich**

**Abstract:** This article substantiates the importance of social and environmental aspects in the development of regional economic systems, substantiates their relationship with economic factors, suggests a number of measures to improve them in the formation of economic policy and regional development strategy.

**Key words:** region, economy, economic systems, social aspects, ecology.

В современных условиях развития экономики социальные и экологические аспекты играют важную роль в развитии региональных экономических систем, так как они тесно взаимосвязаны и могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на экономический рост и благосостояние региона.

Социальные аспекты включают в себя общество, население и культуру региона, а экологические аспекты связаны с окружающей средой и природными ресурсами. Оба аспекта имеют непосредственное влияние на экономическое развитие региона, поскольку они могут определять потребности и предпочтения населения, а также оказывать влияние на инвестиционный климат и конкурентоспособность региона. Важным социальным аспектом, который может оказывать влияние на развитие региональных экономических систем, является уровень образования и квалификации населения. Ведь наличие высококвалифицированной рабочей силы может привести к увеличению производительности труда и качества продукции, что может повысить конкурентоспособность региона, может привлечь инвестиции в регион [1, с.95 ; 2, с.195].

Как показывает анализ, развитие региональной экономики может привести к улучшению социальных показателей, которые связаны с развитием социальной инфраструктуры, такой как здравоохранение, образование и социальное обеспечение. Однако, при этом необходимо учитывать социальные последствия экономической деятельности. Например, рост производства может привести к ухудшению качества окружающей среды и здоровья населения региона.

Экологические аспекты связаны с сохранением природных ресурсов и уменьшением негативного воздействия на окружающую среду. Регионы, которые заботятся о сохранении окружающей среды и природных ресурсов, могут привлекать больше инвестиций и иметь более высокий уровень экономического развития. При этом надо отметить, что проблемы экологии могут быть тесно связаны с развитием экологически чистых технологий и уменьшением выбросов вредных веществ в атмосферу. К сожалению, современное развитие региональных экономических систем может привести к увеличению загрязнения окружающей среды и истощению природных ресурсов. В связи с чем важной проблемой при рассмотрении воздействия экологии на развитие региональных систем является их экологическая устойчивость

Еще одним важным аспектом является социальная ответственность региональных экономических систем. Так, развитие экономики может привести к социальному неравенству, низкой занятости и уровень жизни населения за чертой бедности. Поэтому необходимо учитывать социальные аспекты при планировании и развитии региональных экономических систем. Например, можно проводить мероприятия по развитию социальной инфраструктуры, такие как строительство школ, больниц и культурных центров, стимулировать создание новых рабочих мест и проводить мероприятия по повышению квалификации населения.

Необходимо отметить, что социальные и экологические аспекты могут быть взаимосвязаны напрямую с экономическими показателями региона и могут воздействовать друг на друга. Например, улучшение качества жизни населения может привести к повышению уровня занятости и увеличению доходов населения, что в свою очередь может способствовать росту экономики региона. Также уменьшение негативного воздействия на окружающую среду может привести к улучшению экологической ситуации в регионе и повышению привлекательности региона для инвесторов.

При разработке планов развития региональных систем довольно важным является учет международных экологических и социальных стандартов [3, с.9;4, с.494]. Главное назначение таких стандартов в том, что они могут быть использованы для контроля за экологической и социальной ответственностью региональных экономических систем и обеспечения их устойчивого развития, что способствует улучшению условий труда, снижению негативного воздействия на окружающую среду и здоровье людей, а также повышению качества продукции и услуг и сохранение природных ресурсов. Так, например, компании, деятельность которых соответствует экологическим и социальным стандартам, могут предложить продукцию и услуги более высокого качества, что способствует их конкурентоспособности и улучшению репутации на рынке.

Примером значимости международных экологических и социальных стандартов может служить успешный опыт создания инновационного центра «Сколково» в России, который следует международным стандартам по охране окружающей среды и развивает экологически чистые и эффективные технологии. Благодаря такому подходу «Сколково» стал одним из лидеров в области инноваций и получил широкую международную поддержку. Для успешного развития региональных систем в области стан-



дартизации, необходимо проводить мероприятия по повышению осведомленности и обучению работников компаний и организаций в области экологической и социальной ответственности, что поможет улучшить культуру бизнеса в регионе.

Для решения экологических проблем необходимо проводить мероприятия по сохранению природных ресурсов, улучшению качества воздуха и воды, а также сокращению выбросов вредных веществ в окружающую среду. Кроме того, необходимо развивать экологически чистые технологии и методы производства, которые могут уменьшить негативное воздействие на окружающую среду [3, с.9].

В целом проведенный анализ показал, что при развитии региональных экономических систем, в частности при разработке экономической политики и стратегии регионального развития необходимо учитывать социальные и экологические аспекты, а также проводить мероприятия по сохранению природных ресурсов, улучшению качества жизни населения и сокращению безработицы. Только так можно обеспечить устойчивое и равномерное развитие региональных экономических систем в долгосрочной перспективе, повысить их инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность, а также улучшить инфраструктуру и качество услуг.

#### Список источников

1. АНАЛИЗ УСЛОВИЙ И ФАКТОРОВ, ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ НА ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ. Кузнецов Г.М., Подбуртний М.А.В сборнике: НАУКА И ЧЕЛОВЕК В НОВОМ МИРЕ. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Петрозаводск, 2023. С. 95-101.

2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МОДЕЛИ ЗЕЛеной ЭКОНОМИКИ. Егорушкина Т.Н. В сборнике: Актуальные проблемы экономической науки и практики. X научно-практическая конференция с международным участием. Сборник материалов конференции. Под редакцией А.Л. Сабининой [и др.]. Тула, 2022. С. 195-200.

3. ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ И СТАНДАРТИЗАЦИИ «УМНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ» В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ «УМНЫЙ ГОРОД». Степанов А.А., Егорушкина Т.Н., Калиниченко М.П., Швецов С.А. В сборнике: ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Посновой Марины Викторовны. Петрозаводск, 2021. С. 8-13.

4. СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ "УМНЫХ ПРОИЗВОДСТВ" ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТУЛЫ) Калиниченко М.П., Степанов А.А., Егорушкина Т.Н., Бороухин Д.С. Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. 2022. № 2. С. 494-509.

© В.В. Беляев, Г.В. Кузнецов, М.А.Подбуртний

# ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

# НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ, БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ

**ДАЛАКОВ ИБРАГИМ АХМЕТОВИЧ**студент  
Ингушский Государственный Университет*Научный руководитель: Китиева Малика Ибрагимовна  
Ингушский Государственный Университет*

**Аннотация.** В статье автор рассматривает понятие и виды процедуры банкротства, далее выделяет проблемы проведения процедуры в современной России.

Банкротство — это ликвидация юридического лица. Ликвидироваться могут только определённые юридические лица, ним относятся хозяйственные товарищества, производственные кооперативы, государственной муниципальной предприятия, а также некоммерческие и юридические лица.

**Ключевые слова:** Юридическое предприятие, банкротство, кредиторы, решение суда.

**Annotation.** In the article, the author examines the concept and types of bankruptcy proceedings, then highlights the problems of conducting the procedure in modern Russia.

Bankruptcy is the liquidation of a legal entity. Only certain legal entities can be liquidated, these include business partnerships, production cooperatives, state-owned municipal enterprises, as well as non-profit and legal entities.

**Key words:** Legal entity, bankruptcy, creditors, court decision.

Банкротство не применимо к казённым предприятиям, так они являются одновременно коммерческими и некоммерческими организациями.

Для банкротства предприятия характерны свои признаки, они делятся на существенные и внешние. Существенные признаки означает неспособность должника осуществить выплату кредиторам, и обеспечить платежи в бюджет, к внешним признакам банкротства относят остановку платежей на 3 месяца, это связано с невозможностью их обеспечения.

Решения о банкротстве организации принимается арбитражным судом по месту нахождения предприятия банкрота. Основанием для ведения дела является заявление должника, заявление кредитора, или прокурора. В заявлении указывается форма и собственности и причины по которым, должник не может выполнить платежи, а также сумма долга. Также в приложении указывается бухгалтерский баланс организации, список кредиторов, и должников юридической организации. Перед обращением в суд, проводится досудебный порядок решения спора, он заключается в том, что кредитор посылает должнику извещение о долге с уведомлением о вручении. После этого кредитор имеет право написать заявление в суд, прокурор может обратиться с заявлением в суд, если обнаружит признаки умышленного и эффективного банкротства [3; с.46].

Рассмотрев дело суд принимает решение, либо признание должника банкротом, либо об отклонении заявления, либо приостановление производства по делу. При приостановлении производства по делу суд объявляет проведение реорганизационных процедур, то есть внешнее управление имуществом, или санацию юридическая организация.

Внешнее управление — это процедура, при которой суд назначает управляющего имуществом должника, это решение выносится если есть возможность восстановить платежеспособность предпри-

ятия. Внешнее управление может быть вводится только по ходатайству самого должника или кредитора, а в этом случае в заявлении указываются причины для проведения этой процедуры, а также кандидатура на должность управляющего.

Внешнее управляющий получает все права и обязанности руководителя предприятия, после этого объявляется собрание кредиторов и составляется план дальнейших действий. Внешнее управление обычно вводится на полтора года, на такую же срок вводятся отсрочка платежей и долгов. При этом внешний управляющий вправе сам обратиться в суд о завершении своей деятельности.

Следующее процедура - это санация, заключается она в оказании финансовой помощи должнику со стороны кредиторов или других лиц. Преимущественном правом проведения санации имеет собственник, рабочий коллектив предприятия и кредиторы, если никто из них не желает принять участие в процедуре санации, то объявляется конкурс. При получении прав на осуществления санации, участник обязан принять на себя обязанность, рассчитаться со всеми кредитами кредиторами, и закрыть долги. Для проведения санации максимальный срок полтора года. До истечения поставленного срока любой из участников может потребовать прекратить процедуру санации из-за неэффективного проведения [4;с.12].

Следующая процедура работы с банкротным предприятием является конкурсный процесс. Весь процесс начинается официальным объявлении арбитражным судом юридическая организация банкротом, с этого момента запрещено отчуждение имущества должника и прекращается начисление пения задолженности. Далее Собрание кредиторов выдвигает кандидатуру конкурсным управляющим, который проводит анализ финансового положения и взыскивает причитающиеся предприятие долги.

Помимо судебного признания предприятия банкротом, возможно и вне судебное решение этой проблемы, цель её состоит в заключении договора между должником и кредитором, которые заключается в том, что должник либо продолжать свою деятельность, или же ликвидируется под контролем кредиторов. Для начала этой процедуры руководителя предприятия вместе с кредиторами проводит анализ, если не имеется возможность платить, то он добровольно подписывается соглашение о самом ликвидации.

Следующий вид процедуры является мировое соглашение, заключается он в том, что на любой стадии производства должник и кредиторы могут заключить между собой мировое соглашение. Обычно в мировом соглашении описываются условия об отсрочки или рассрочки долгов и платежей, это процедура происходит под контролем Арбитражного суда. Мировое соглашение может быть расторгнуто в любой момент, если одна из сторон не соблюдает его условия [5;с.25].

Применение законодательства о банкротстве в Российской Федерации имеет ряд проблем. Во-первых она является абстрактной моделью, во-вторых для правильного применения необходимо развитая рыночная экономика, в третьих происходит вторжение на производственную, финансовую деятельность организации. Ещё одной недостаточной чертой является то что ущемляются интересы работников таких предприятий, то есть фактически они не учитываются, все разбирательства проходят на уровне директоров и управляющих предприятием и.

#### Список источников

1. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О несостоятельности (банкротстве)" // "Собрание законодательства РФ", 28.10.2002, N 43, ст. 4190.
2. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 08.12.2020) // "Собрание законодательства РФ", 29.07.2002, N 30, ст. 3012.
3. Байкина, С.Г. Учет и анализ банкротств: Учебное пособие / С.Г. Байкина. — М.: Дашков и К, 2019. — 220 с.
4. Балдин К.В. Учет и анализ банкротств: Учебное пособие / К.В. Балдин, В.И. Джеффаль, А. Рукосуев. — М.: КноРус, 2018. — 192 с.
5. Баринов А.М., Бушев А.Ю., Городов О.А. и др. Комментарий к Федеральному закону "О несостоятельности (банкротстве)" (постатейный) / под ред. В.Ф. Попондопуло. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2017. 1200 с.

УДК 334.012.64

# АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ

**ДЕНИСОВА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

*Научный руководитель: Леухова Мария Геннадьевна**к.и.н., доцент**ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**Аннотация:** в работе выделены основные количественные и качественные тренды малого предпринимательства России как объекта стратегирования. Сделан вывод, что малые предприятия страны достаточно успешно адаптировались к сложным экономическим условиям и в целом преодолели последствия кризиса.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, национальная экономика, стратегия, занятость, рентабельность.

## ANALYSIS OF KEY TRENDS IN SMALL BUSINESS IN RUSSIA

**Denisova Maria Sergeevna***Scientific adviser: Leukhova Maria Gennadijevna*

**Abstract:** The article highlights the main quantitative and qualitative trends of small business in Russia as an object of strategizing. It is concluded that the country's small enterprises have successfully adapted to difficult economic conditions and, in general, have overcome the consequences of the crisis.

**Key words:** small business, national economy, strategy, employment, profitability.

Экономика России в целом прошла кризис 2022 г., обусловленный высоким уровнем внешних санкций, на современном этапе становится наиболее актуальным вопрос о выработке стратегий развития различных объектов в изменившейся реальности. Это актуально и для отечественного малого предпринимательства, которое, как отмечают исследователи, «оставалось “трудным ребенком” для государственной политики, а также сложным, противоречивым объектом академических исследований» [1, с. 126]. Малые предприниматели наполняют потребительский рынок товарами и услугами, обеспечивают существенную долю рабочих мест, но отличаются низкой инвестиционно-инновационной активности, производительность и оплата труда здесь ниже среднего по экономике уровня. Открыть новые возможности может только проработанная стратегия, которая, в соответствии с методологией стратегирования, представляет собой систему «поиска, формулирования и развития доктрины, которая обеспечивает долгосрочный успех при ее последовательной и полной реализации» [2, с. 13].

При этом для выработки стратегии необходима оценка как внешних, так и внутренних трендов объекта стратегирования. Поэтому цель данной работы – выявить основные тренды развития малого предпринимательства в России. Рассмотрим первоначально основные экономические показатели малых предприятий (таблица 1).

Представленные данные указывают на следующие тренды:

1. В целом за период 2019-2022 гг. существенного изменения количества малых предприятий не произошло, поскольку падение в 2020 г. было компенсировано приростом в 2021 г. В 2022 г., судя по всему, малый бизнес России вполне сумел адаптироваться к новым условиям, количество малых предприятий на 130 тыс. превысило уровень прошлого года. Малый бизнес подтвердил такое свое преимущество, как гибкость и адаптивность.

Таблица 1

**Основные экономические показатели малых предприятий России (составлено по [3, 4])**

	2019	2020	2021	2022	Темп роста, процентов
Количество малых предприятий, ед.	5924681	5702150	5839009	5969046	0,75
Средняя численность работников, тыс. чел.	13357	15510	14639	15212	13,9
Оборот предприятий, млрд. руб. (в ценах 2019 г.)	52963,9	53467,7	50305,4	н/д	-
Капитал и резервы, млрд. руб. (в ценах 2019 г.)	49460,1	77186,1	71978,9	н/д	-
Сальдированный финансовый результат, млрд. руб. (в ценах 2019 г.)	3117,0	3758,5	4610,7	н/д	-
Рентабельность продаж, процентов	7,0	8,1	8,3	н/д	-
Рентабельность активов, процентов	3,1	2,8	3,4	н/д	-

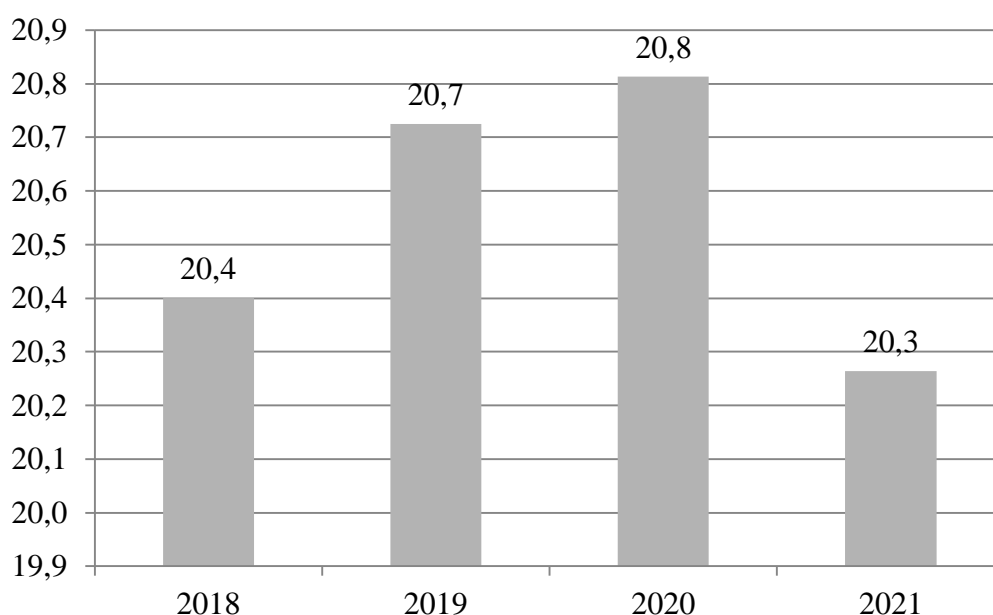
2. Занятость на малых предприятиях за анализируемый период возросла существенно (около 14%). В 2020 г., невзирая на «коронавирусный» кризис занятость увеличилась, что вызвано реализацией программ поддержки, предполагавших легализацию работников. Основное сокращение пришлось не на 2020 г., а на 2021 г., когда резко уменьшились масштабы «ковидных» ограничений, но перестали действовать отдельные программы поддержки, был снят мораторий на недобровольные банкротства. В 2022 г. занятость вновь существенно возросла. Это соответствует известными закономерностям – при снижении ВВП и других экономических показателей малое предпринимательство поглощает высвобождаемую рабочую силу, выступает своеобразным «компенсатором».

3. Несмотря на оптимистичные показатели демографии малых предприятий и занятости на них, оборот предприятий с учетом инфляции в 2021 г. был все еще ниже, чем в 2019 г. (данные за 2022 г. на момент выполнения исследования не опубликованы). При этом пришлось существенно увеличить капитал и резервы, чтобы обеспечить необходимую степень финансовую устойчивость оставшихся на рынке субъектов предпринимательской деятельности.

4. Показатели прибыли и рентабельности малых предприятий России в 2019-2021 гг. находились на вполне приемлемом уровне, в 2021 г. они были даже лучше, чем в начале периода. Сальдированный финансовый результат с учетом инфляции постоянно увеличивался. Таким образом, ключевые экономические показатели указывают на то, что отечественные малые предприятия достаточно уверенно переживают кризис за счет своих преимуществ.

Тем не менее, удельный вес малого предпринимательства России в ВВП находится практически на неизменном уровне – чуть выше 20% (рисунок 1), следовательно, успехи малых предприятий связаны с поддержанием достигнутого уровня, сохранением имеющихся позиций. Говорить о том, что малые предприятия в нынешнем виде могут быть драйвером экономического роста, как минимум, преждевременно.

Интересно, что в условиях «коронавирусного» кризиса вклад малых предприятий в ВВП символически, но вырос – на 0,1%. В 2021 же году соответствующий показатель упал до исторического максимума (рассчитывается с 2017 г.), что, по-видимому, связано с теми же факторами, что и падение занятости.



**Рис. 1. Удельный вес малого предпринимательства в ВВП России, процентов [5]**

Следовательно, малое предпринимательство в России успешно выживает в кризисных условиях, сохраняет свою нишу, но в современных условиях этого недостаточно. Вклад малых предприятий в экономический рост и развитие страны остается довольно ограниченным. Поэтому необходим поиск принципиально новых стратегических приоритетов развития, которые были бы связаны с созданием и реализацией принципиально новых технологий (технологическое предпринимательство), формированием современных моделей кооперации и сотрудничества для получения тех результатов, которых невозможно достичь поодиночке (кластеры, единые цепочки создания стоимости, консорциумы). Существенную положительную роль может сыграть также выстраивание единой целостной системы контрактного взаимодействия малых предприятий с крупным бизнесом, государством под конкретные заказы на дефицитные «подсанкционные» товары и услуги, выпуск которых могут запустить предприниматели, имея гарантии сбыта.

### Список источников

1. Корчагина И. В. Оценка уровня развития малого предпринимательства в ресурсных регионах России // *Ars Administrandi (Искусство управления)*. – 2023. – Т. 15. – №1. – С. 125–152.
2. Квинт В. Л. Концепция стратегирования. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. – 170 с.
3. Малое и среднее предпринимательство в России. 2022. – М.: Росстат, 2022. – 101 с.
4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения 15.05.2023).
5. Малое и среднее предпринимательство в ВВП и ВРП. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/MSP\\_v\\_VVP\\_s\\_2017.xlsx](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/MSP_v_VVP_s_2017.xlsx) (дата обращения 15.05.2023).

УДК 338.48

# КОНЦЕПЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА

**ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА,**

канд.экон.наук, доцент

**ПОНОМАРЁВА ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА**

студент

Владивостокский государственный университет (ВВГУ),

филиал г. Находка

**Аннотация.** В статье рассматривается основное понятие концепции деятельности предприятий, рассмотрено описание концепции предприятий сферы туризма и ее направленность на персонал предприятия. Представлены виды концепций предприятий. Показано значения использования концепции на предприятии.

**Ключевые слова:** концепция деятельности предприятия, туризм, конкурентоспособность, эффективность развития.

## THE CONCEPT OF THE ACTIVITY OF TOURISM ENTERPRISES

**Lekhtyanskaya Larisa Vladimirovna,****Ponomareva Yulia Alekseevna**

**Annotation.** The article deals with the basic concept of the concept of the activity of enterprises, the description of the concept of tourism enterprises and its focus on the personnel of the enterprise is considered. Types of enterprise concepts are presented. The values of using the concept in the enterprise are shown.

**Key words:** concept, tourism, enterprise, competitiveness, development efficiency.

### Введение

Концепцией предприятия являются представления предпринимателя об объеме и характере предприятия в будущем, находящегося под воздействием всевозможных внутренних и внешних факторов. В концепцию входят такие показатели как: производственная программа, объем использованных факторов производства, финансовые средства, поставщики и потребители. Большая часть концепции лежит на предпринимателе и его планах на предприятие и производимые товары и услуги. Важность определения характеристик товара в будущем влияет на дальнейшее развитие предприятия, на его успешность на рынке товаров и услуг.

Концепция – форма представления проектов развития предприятия, которыми некоторые предприниматели могут пренебрегать. В основном, проект используется с целью привлечения финансовых средств на его реализацию, однако составление проекта также желательно для более детальной проработки предприятия, его сильных и слабых сторон, оценки количества необходимых ресурсов.

### Основная часть

Под концепцией понимается ряд подходов, дающих возможность выбора направления развития, способов решения проблем организации. Всегда при усложнении ситуации на рынке, например, повышении числа конкурентов или действия других внешних факторов предприятие вынуждено совершенствоваться, предпринимать изменения в управлении производственной программой предприятия:



- проводить реконструкцию или перевооружение предприятия;
- осуществлять поиск новых перспективных видов продукции;
- осуществлять поиск слабых мест предприятия;
- принимать решения по повышению эффективности производства и повышения качества продукции.

На сегодняшний день выделяются несколько концепций:

- концепция бережливого производства, которая непосредственно связана с управленческой идеей по тотальному управлению качеством, суть которой состоит в создании особой системы контроля качества всех процессов предприятия. На основе методологии тотального управления качеством были разработаны стандарты качества ISO 9000.

- концепция быстрореагирующего производства основана на мнении о том, что высокий спрос возможен на крайне разнообразную продукцию, которая выпускается небольшими объемами. Данная концепция ориентирована на сокращении времени производства и реализации продукции за счет снижения издержек на производственной деятельности и оптимизации реального рабочего времени.

- концепция активного производства вносит в предприятие возможность быстрой переконфигурации материальных, трудовых и иных видов ресурсов. Цель концепции – в быстрой переориентации производства под воздействием внешней среды. Плюс от использования концепции заключается в возможности работы предприятия в условиях нестабильного рынка.

Выбор предприятием той или иной концепции управления производством зависит от специфики деятельности предприятия, его масштабов, а также состояния рынка, на котором функционирует предприятие [1].

Однако некоторые предприниматели всё-таки обходятся без концепции, поскольку не нацелены на глобальное расширение, увеличение производственных мощностей и ассортимента продукции. Действительно, есть вероятность успешного развития предприятия без концепции и планирования будущего, но подобное характерно только для малых предприятий. Если же у предпринимателя имеются мысли по дальнейшему развитию организации с повышением уровня, то концепция необходима в первую очередь как указатель для получения желаемых результатов.

Концепция объединяет в единое целое персонал организации, ставит цель и определяет характер функционирования предприятия. Стратегия развития считается разработанной правильно, если она оказывает побуждающий эффект на предприятие, сотрудники чётко понимают свою роль в развитии предприятия и повышения качества товаров и услуг. Имеется представление о том, как деятельность каждого отдельного звена или сотрудника предприятия влияет на конечный продукт и удовлетворенность потребностей клиентов.

Перед определением концепции предпринимателю необходимо ответить на вопросы: какой продукт предприятие будет производить, его характеристики и особенности, направленность на определенный сегмент покупателей, потребности, которые будут удовлетворены в ходе реализации концепции. Именно на основе данных вопросов выявляются цели предприятия.

Начальным этапом является построение концепции развития предприятия. Например, туристская фирма может совмещать работу туристского агента и оператора или осуществлять деятельность одного из них.

Кроме того, в концепции указываются дополнительные услуги, которые организация планирует заниматься. К дополнительным услугам можно отнести:

- реализация авиа- и железнодорожных билетов;
- трансферные услуги;
- аренда автотранспорта;
- виза;
- помощь в оформлении страховки и т.д.

Так, например, в современном мире большинство туристских компаний совмещают в себе все услуги для полного обслуживания туристов в поездке. Турфирмы готовы обеспечивать туристов переводчиками и экскурсоводами.

Таким образом, концепция предприятия представляет собой и стратегический план, и инструкцию для работников, и мировоззрение предприятия. В концепции учитываются рыночные и научные тенденции [2].

При использовании концепции деятельности предприятия повышается его конкурентоспособность. Повышается эффективность деятельности туристических организаций на основе развития их человеческого фактора, создания условия для инвестиционной привлекательности, развивать инфраструктуру, сохраняя экологию и культурное наследие.

Для России в сфере туризма характерны пробелы в подготовке, переподготовке и повышении квалификации персонала, который играет не последнюю роль в создании услуг. Именно специфика услуг туристского предприятия требует от персонала и работы организации в целом высокого уровня культуры обслуживания и максимального удовлетворения потребностей туристов. Кроме того, индивидуальный характер обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем услуг, что выдвигает более строгие требования к сотрудникам.

Именно персонал туристского предприятия нуждается в точных и направленных на будущее инструкциях [3].

#### Вывод

Таким образом, концепция в деятельности предприятий туризма играет не маловажную роль. Именно благодаря строгому планированию будущего рождаются успешные проекты, которые в дальнейшем выводят организацию на более высокий уровень своего развития. Использование концепции ограждает предпринимателя от серьезных ошибок и проблем в перспективе развития организации, выдвиганием определенных требований и ограничений для совершенствования.

В российской сфере туризма стоит больше внимания уделять персоналу и его развитию, поскольку сфера услуг накладывает особенности на развитие самого предприятия. Зависимость от личных качеств и квалификации сотрудников позволяет туристским организациям совершенствоваться помимо всего прочего благодаря своему персоналу.

#### Список источников

1. Альмухаметова Р.Р. Концепции производственной деятельности предприятия/ Р.Р. Альмухаметова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. - № 5-4. – С. 49-52. (Дата обращения: 12.05.2023).
2. Мажикеева С.С., Исмаилова Н.Т. Роль концепции в развитии деятельности предприятия в сфере туризма / Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура» (22 декабря 2021 г.). В 5 ч. Ч 4. Международная научно-практическая конференция «Проблемы развития туристической отрасли и сферы досуга в условиях пандемии»: сборник научных статей // – 2022. (Дата обращения: 12.05.2023).
3. Берлин С.И. Концепция повышения эффективности деятельности предприятий туристического комплекса // Научный вестник ЮИМ. 2015. №1. (Дата обращения: 12.05.2023).

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 332.012.23

# АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА,

к.э.н., доцент

ГОРОШНИКОВА ЕВГЕНИЯ ВИКТОРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

**Аннотация.** Привлекательность любого региона нашей страны зависит от туристского потенциала данной местности. Туристский потенциал России, на различных территориях, используется не во всю силу, если смотреть в процентном соотношении, то используется всего 8-10%. Основные проблемы – недовольство потребителей качеством услуг и туристских объектов, высокие цены. Эта проблема появилась благодаря совокупности негативных факторов, которые основаны на несоответствии потребностей туриста и качества услуг продукции.

**Ключевые слова:** туристский потенциал, анализ, структура, туристские услуги, конкуренция, туризм.

## ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF THE CONSUMER REGIONAL TOURIST MARKET

Lekhtyanskaya Larisa Vladimirovna,

Goroshnikova Eugenia Viktorovna

**Annotation.** The attractiveness of any region of our country depends on the tourist potential of this area. The tourist potential of Russia, in various territories, is not used to its full potential, if you look at the percentage ratio, then only 8-10% is used. The main problems are consumer dissatisfaction with the quality of services and tourist facilities, high prices. This problem appeared due to a combination of negative factors that are based on the discrepancy between the needs of the tourist and the quality of the services of the products.

**Key words:** tourism potential, analysis, structure, tourism services, competition, tourism.

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка имеет критическое значение для развития туризма в регионе. Он позволяет определить целевую аудиторию, понимать влияющие на рынок факторы и разрабатывать соответствующую стратегию для достижения успеха в этой области.

К негативным факторам можно отнести, например:

1. низкоразвитая инфраструктура (нехватка современных средств передвижения, состояние дорог и парковок, состояние автобусных стоянок, очень маленькое количество развлекательных и досуговых заведений).

Для решения этой проблемы необходимо малое количество досуговых и развлекательных центров и заведений, мощных аттрактивных мест показа для формирования мотивации к повторному посещению или желания посоветовать другим. Для устранения пробела в данном секторе необходимо развивать инвестиционные проекты в регионах для создания инфраструктурных объектов при помощи различных средств и форм ГЧП [1];

2. Неполюценная работа транспорта, особенно в отдаленных местах региона, что может отталкивать туристов от посещения.

3. Недостаточное количество альтернативные формы размещения (например, хостелы, гостевые дома, кемпинги) для туристов с ограниченным бюджетом.

4. Низкий уровень сервиса в отели и ресторанах, что может не удовлетворить запросы и требования туристов.

5. Отсутствие доступной информации о регионе и его достопримечательностях на иностранных языках, что снижает привлекательность региона для иностранных туристов.

6. Недостаточное внимание к экологической составляющей туризма, что может привести к негативным последствиям для окружающей среды и вызвать недовольство туристов.

7. Негативное отношение местного населения к туристам, что может создавать препятствия для их пребывания в регионе и угрожать их безопасности [2].

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка является одним из ключевых факторов в развитии туризма в регионе. Этот анализ дает представление о целевой аудитории, влияющих на рынок факторах и спросе на определенные виды туризма.

Одним из основных элементов структуры потребительского регионального туристического рынка является потребительская аудитория, которую необходимо понимать в деталях.

Для этого проводятся исследования, в ходе которых выявляются возраст, пол, доходы и образование потенциальных туристов. Эти данные помогают определить, какие услуги и виды туризма наиболее востребованы в регионе.

Еще одним элементом структуры потребительского регионального туристического рынка являются влияющие на него факторы, такие как экономическая ситуация в регионе, политическая ситуация, доступность места в целом и т.д.

Эти факторы могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на рынок туризма в регионе [3].

Спрос на туристические услуги зависит от различных факторов, включая социально-экономическую ситуацию в регионе, наличие достопримечательностей и туристических объектов, рекламных акций, уровня обслуживания и комфорта, а также доступности и цены.

Предложение туристических услуг включает все виды услуг, связанных с туризмом, такие как гостиничное размещение, транспорт, экскурсии, культурные программы и т.д.

Конкуренция на туристическом рынке может проявляться как между различными предприятиями, так и между различными регионами в стране. Различные участники рынка могут конкурировать между собой на основе качества услуг, цены, продвижения и рекламы.

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка позволяет определить потенциальные рыночные возможности и разработать эффективные стратегии для привлечения и удержания туристов в регионе [4].

Наконец, анализ структуры потребительского регионального туристического рынка включает в себя оценку спроса на конкретные виды туризма, такие как проживание в гостиницах, походы по горам, посещение музеев и т.д. Оценка спроса важна для создания инфраструктуры и разработки программ для туристов [5].

Таким образом, анализ структуры потребительского регионального туристического рынка имеет критическое значение для развития туризма в регионе. Он позволяет определить целевую аудиторию, понимать влияющие на рынок факторы и разрабатывать соответствующую стратегию для достижения успеха в этой области.

#### Список источников

1. Балаева, О. Н. Управление организациями сферы услуг : учебное пособие / О. Н. Балаева, М. Д. Предводителева ; - М. : Изд. дом Гос. ун-та - Высшей школы экономики, 2020. - 155 с.

2. Яковлев, Г. А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп./ Г.А. Яковлев. –М.: Издательство РДЛ, 2017. –376 с.

3. Черевичко, Т.В. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие/ Т.В. Черевичко. –Саратов, 2018. –32 с.
4. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. –URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=349157&fld=134&dst=100009,0&rnd=0.8906667079142898#07276322998079907> (дата обращения: 25.04.2023).
5. Дунченко Н.И., Управление качеством в отраслях пищевой промышленности: учебное пособие / М.Д.Магомедов, А.В.Рыбин, Н.И.Дунченко. – 4-е изд. – М.: ИТК «Дашков и К», 2022. – 212 с.

# ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 33

# МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭДО

ПЫДЫК СВЕТЛАНА РУСЛАНОВНА,  
СУХОВИЧ МАРИЯ СЕРГЕЕВНА

студенты  
ЮРИУ РАНХиГС при Президенте РФ

*Научный руководитель: Перова Марина Викторовна  
к. п. н., доцент кафедры информационных технологий  
ЮРИУЮ РАНХиГС при Президенте РФ*

**Аннотация:** применение мобильных информационных технологий в настоящее время является объективной действительностью. В этой связи системы электронного документооборота в настоящее время проходят через этап адаптации ко все более широкому использованию пользователями мобильных устройств. Мобильные технологии позволяют пользователям получать доступ к функционалу систем электронного документооборота посредством использования портативных мобильных устройств. В рамках данной статьи будут рассмотрены основные аспекты использования мобильных технологий в системах электронного документооборота.

**Ключевые слова:** мобильные технологии электронного документооборота; электронный документооборот, развитие электронного документооборота.

## MOBILE TECHNOLOGIES IN EDO

**Pydyk Svetlana Ruslanovna,  
Sukhovich Maria Sergeevna**

*Scientific adviser: Perova Marina Viktorovna*

**Abstract:** The use of mobile information technologies is currently an objective reality. In this regard, electronic document management systems are currently undergoing a stage of adaptation to the increasingly widespread use of mobile devices by users. Mobile technologies allow users to access the functionality of electronic document management systems through the use of portable mobile devices. Within the framework of this article, the main aspects of the use of mobile technologies in electronic document management systems will be considered.

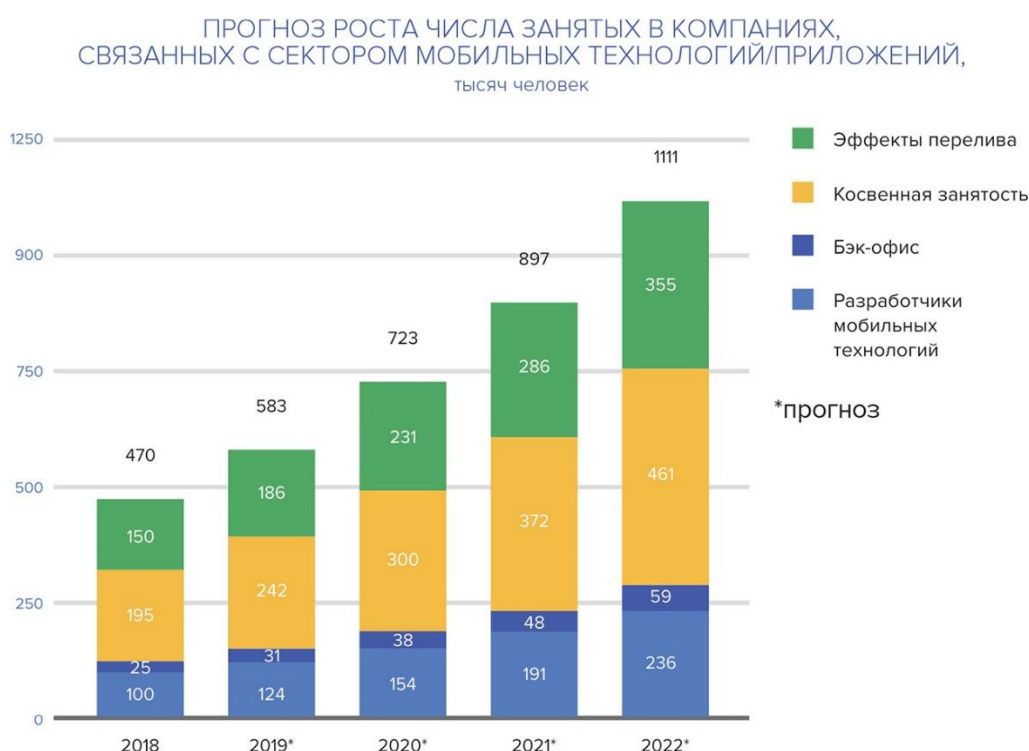
**Key words:** mobile technologies of electronic document management; electronic document management, development of electronic document management.

Мобильные технологии являются собирательным термином, которые включает в себя как совокупность мобильных устройств, так и определенные принципы их использования. Так, к ним относятся возможность получения доступа к информации посредством использования мобильных технологий, возможность интерактивного взаимодействия, а также определенную форму подачи информации [6]. Также следует отметить, что данная технология является сквозной, то есть благоприятно технологически влияет практически на все сферы жизнедеятельности общества.

Объективный процесс цифровизации экономики и вследствие этого цифровизации документооборота осуществляется во многом одновременно с развитием мобильных технологий. Тренд на развитие мобильных технологий связан с тем, что крайне большому количеству людей удобно использо-



вать портативные мобильные устройства так как они комфортные, малогабаритные, удобные для перемещения со своим владельцем. Поэтому современные системы электронного документооборота также вынуждены адаптироваться ко все более частому и широкому использованию мобильных устройств, появлению их новых видов. Использование мобильных технологий позволяет пользователям системы электронного документооборота иметь к ней доступ вне пределов своего рабочего места. Причем наибольшую важность использование мобильных технологий в системах электронного документооборота имеют для высшего руководства и менеджерского звена организаций, так как именно данные лица чаще всего находятся вне рабочего места (например, на переговорах, в командировках, на профессиональных мероприятиях и т.д.), обладают ограниченными временными ресурсами. Но при этом сама распространенность мобильных устройства касается и рядовых сотрудников организаций.



**Рис. 1. Прогноз исследователей РАЭК, НИУ ВШЭ и «Google» по занятым в секторе мобильных технологий граждан России на 2022 и 2021 год, данные за 2018-2020 годы [5]**

Россия является во многом уникальной страной в контексте применения мобильных технологий. Так, на 2020 по результатам проведенного РАЭК, НИУ ВШЭ и «Google» исследования в мобильной экономике России было занято почти полмиллиона человека, что является третьим в мире показателем вслед за Соединенными Штатами Америки и Японией. Также следует отметить, что вклад мобильных технологий в российскую экономику оценивается экспертами в 2% валового внутреннего продукта [4].

Поэтому при выборе конкретной системы электронного документооборота организации зачастую обращают внимание на возможности использования в них мобильных технологий, стоимость, форму, возможности данного действия. Современные системы электронного документооборота в целях развития собственной конкурентоспособности зачастую используют мобильные решения в нескольких вариантах. Практически обязательным является применение технологии мобильного рабочего стола, то есть доступ к значительному рабочему функционалу системы электронного документооборота с помощью мобильного устройства.

Благодаря технологии мобильного рабочего стола сотрудник организации получает возможность получать электронные документы на рассмотрение, производить поиск документов, производить груп-

пировку документов, использовать работу помощника мобильного приложения, производитель синхронизацию проводимых операций с системой электронного документооборота, подписывать документы при помощи электронной подписи [1]. Как уже отмечалось, данная технология в большей степени используется руководителями и менеджерами, но при этом может принести пользу и рядовым сотрудникам.

Стоит понимать, что организация мобильных технологий в системах электронного документооборота предполагает необходимость поддержки соответствующих мобильных платформ. Доступ к мобильной версии системы электронного документооборота основывается на использовании мобильных приложений. В настоящее время следует отметить, что существует трудность официального размещения приложения для доступа в систему электронного документооборота из-за необходимости для этого договариваться с операторами наиболее распространенных операционных мобильных систем -iOS и Android. Поэтому разработчики систем документооборота могут предоставлять мобильные приложения посредством использования загрузочных файлов для его установки.

Для примера рассмотрим мобильное приложение от компании «1С». Данное мобильное приложение соответственно поставляется клиентам компании вместе с системой электронного документооборота. По большей части функционал мобильного приложения данной компании связан с оперативным и удаленным внесением изменений в базы данных, что крайне важно для различных типов клиентов «1С». Непосредственно настройка мобильного приложения в отношении его функционала осуществляется посредством использования мобильной платформы «1С: Предприятие». Затем уже сотрудники используют данную платформу на своих мобильных устройствах для того, чтобы использовать функционал «1С» на нем в рамках заданных системой электронного документооборота ограничений.

Также отметим, что применение мобильных технологий в системах электронного документооборота крайне распространено в органах государственной власти. Во многом это связано с реализацией государственных инициатив по цифровой трансформации государственного управления, а также с процессом появления на государственной службе более молодых кадров, активно использующих мобильные устройства в своей повседневной жизни.

Благодаря использованию мобильных технологий в органах государственной власти становится возможным формировать резолюции, поручения, согласовывать нормативно-правовые акты, подписывать с помощью ЭЦП документы, использовать мобильное приложение в качестве «портфеля» для документов. В частности, это реализуется посредством использования сервиса «Мобильный кабинет руководителя», который активно используется органами власти Ростовской области. Также отметим, что данный инструмент позволяет эффективно управлять документами из различных источников, оставлять для документов комментарии для их корректировки, добавлять графические элементы, в краткосрочные периоды формировать необходимые поручения для сотрудников при соответствующей необходимости. Причем отметим, что существует возможность использования мобильного кабинета также без наличия доступа к интернету. В таком случае все изменения сохраняются и передадутся в систему электронного документооборота при первом соединении с интернетом. Отметим также, что развитие мобильных технологий в органах власти является крайне важным фактором для повышения удобства пользования гражданами государственными услугами и иными функциями [2].

Но при этом развитие мобильных технологий электронного документооборота имеет и ряд недостатков. В целом основная проблема использования мобильных технологий в системе электронного документооборота касается безопасности использования электронных подписей. Как отмечает технический директор «Wildberries» Андрей Ревяшко, в настоящее время при использовании в системах электронного документооборота мобильных технологий возникает проблема выбора формы ключа для защиты электронной подписи [3]. При этом каждая из альтернатив уступает так или иначе традиционной форме электронной подписи при использовании системы электронного документооборота на профессиональных компьютерах. Например, можно использовать мобильную платформу для создания криптографического ключа для электронной подписи, но в таком случае возникает необходимость взаимодействия с операторами операционных систем для допуска приложения в официальные магазины

или необходимо будет использовать загрузку приложения посредством загрузочного файла, что создает дополнительные риски для безопасности. Также проблема основывается на различных интерфейсах, использующихся в различных мобильных устройствах, а также сложность использования немногих универсальных интерфейсов как механизма криптографической безопасности (например, Bluetooth). Указанные проблемы могут быть решены с течением времени посредством использования SIM-карты как криптографического механизма, но данный процесс во многом зависит от политики различных мобильных операторов. Именно вопрос безопасности и сложности взаимодействия с операторами операционных систем мобильных устройств в настоящее время не позволяет использовать мобильные технологии в электронном документообороте во всем их потенциале.

Таким образом, мобильные технологии в электронном документообороте в настоящее время используются достаточно активно. Практически каждая распространенная компания-разработчик системы электронного документооборота предлагает своим клиентам использование мобильных технологий. Чаще всего это предполагает удаленный доступ к части функционала системы электронного документооборота посредством использования мобильных устройств. Также мобильные технологии в системах электронного документооборота активно используются органами государственной власти. При этом реализация потенциала мобильных технологий в системах электронного документооборота в настоящее время зависит от качества решения проблем безопасности использования электронной подписи, общего доступа к мобильному приложению, взаимодействия разработчика системы электронного документооборота и операторов операционных систем мобильных устройств.

#### Список источников

1. Кияшко, А. С. Практика внедрения мобильных технологий в электронный документооборот (на примере Ростовской области) / А. С. Кияшко // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2016. – № 16. – С. 164-169. – EDN UYKЛHT.
2. Малик К.И. Использование мобильных приложений СЭД в государственных органах // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XXXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 23(34).
3. Мобильные технологии и обеспечение защищенного ЭДО (Андрей Ревяшко) // Портал о информационной безопасности «Information Security» [Электронный документооборот]. Режим доступа: <https://lib.itsec.ru/articles2/mobile-security/mobilnye-tehnologii-i-obespechenie-zaschischennogo-edo> (дата обращения 12.04.2023)
4. Костенко Р. В., Хагурова М. П., Чиназирова С. К. Мобильная экономика России: состояние и перспективы развития // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2018. №3 (225).
5. Мобильная Экономика России трудоустроила 470 тыс. человек // Исследование РАЭК, НИУ ВШЭ и «Google» [Электронный документооборот]. Режим доступа: <https://raec.ru/live/raec-news/11549/>
6. Титова С.В., Авраменко А.П. Мобильные устройства и технологии в преподавании иностранных языков : учебное пособие. М., 2013. 232 с.

УДК 004.91

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК СЭД: САНКЦИОННАЯ УЯЗВИМОСТЬ И ПОДДЕРЖКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

**ОСИНА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА,  
ПЕТРОВА АНАСТАСИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА**

студенты

Южно-Российского института управления – филиала  
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Научный руководитель: Перова Марина Викторовна**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры информационных технологий  
Южно-Российского института управления – филиала  
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Аннотация:** данная статья посвящена анализу российского рынка систем электронного документооборота в современных условиях, в том числе в условиях санкционного воздействия. В данной работе рассмотрены тенденции развития, а также нормативное регулирование рынка СЭД в России. Кроме этого, в статье были представлены лидеры среди отечественных производителей систем электронного документооборота и изучены основные особенности.

**Ключевые слова:** российский рынок СЭД, импортозамещение, цифровизация, санкционная уязвимость.

## THE RUSSIAN MARKET OF EDMS: SANCTION VULNERABILITY AND SUPPORT FOR MANUFACTURERS

**Osina Elizaveta Sergeevna,  
Petrova Anastasia Vyacheslavovna**

*Scientific adviser: Perova Marina Viktorovna*

**Abstract:** This article is devoted to the analysis of the Russian market of electronic document management systems in modern conditions, including sanctions. This article examines the development trends, as well as the regulation of the EDMS market in Russia. In addition, the article presents the leaders among domestic manufacturers of electronic document management systems and studies the main features.

**Key words:** Russian EDMS market, import substitution, digitalization, sanctions vulnerability.

Как частный сектор, так и государственные организации на протяжении последних лет пытаются избавиться от передачи информации на бумажных носителях и заменить их на электронные варианты. Такие изменения стали возможны с момента, когда системы электронного документооборота (СЭД) появились в общем доступе для внедрения и использования в организации. СЭД – это программное

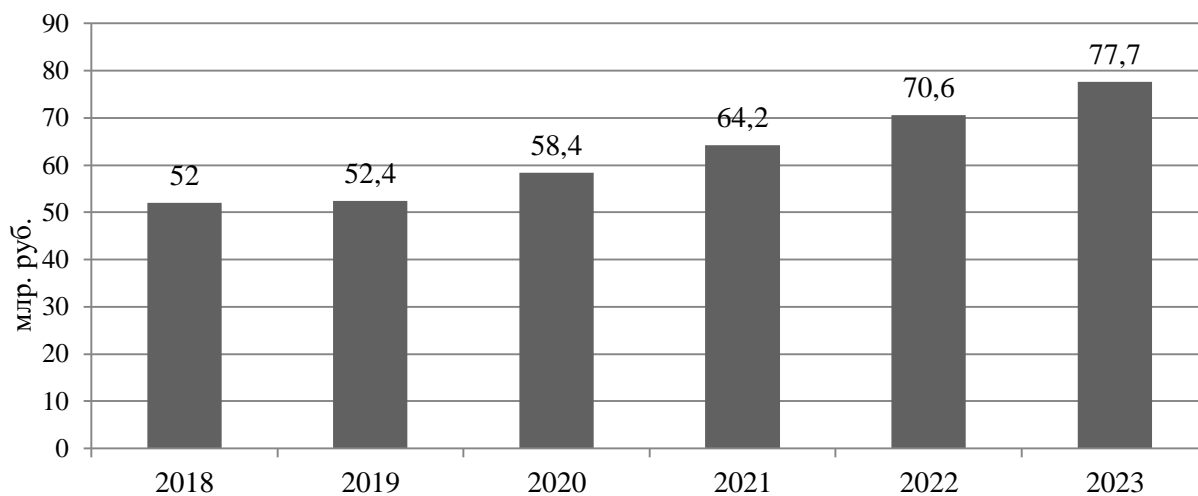
обеспечение, которое дает возможность автоматизировать процедуры делопроизводства компании или учреждения.

С точки зрения законодательства, ещё в 2016 году вышло Постановление Правительства РФ N 1236 «Об установлении запрета на допуск программного обеспечения, происходящего из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в котором был закреплён запрет на приобретение программ для ЭВМ и баз данных иностранного происхождения и прав на них в рамках закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд [1,2].

В рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», с целью повышения эффективности работы органов власти, межведомственного взаимодействия и сокращения времени на подготовку и обмен документами органами власти внедряются отечественные системы документооборота.

Так, с весны 2022 года вектор развития ещё больше сместился в сторону скорейшего обеспечения технологической независимости в силу геополитических и экономических обстоятельств. Заказчики столкнулись с необходимостью ускоренного импортозамещения, а разработчикам пришлось в сжатые сроки выпускать обновленные и новые продукты.

Многие аналитики называют 2022 год успешным для российского рынка СЭД (рис. 1). Рынок продолжал расти, что отразилось на финансовых результатах деятельности вендоров и интеграторов данных систем. Санкции и уход западных производителей с российского рынка активно повлияли на усиление импортозамещения и развитие отечественных производителей [3].



**Рис. 1. Объем российского рынка СЭД, ECM, CSP-систем в 2018-2023 годах по оценке TAdviser, в млрд. руб**

Согласно данным, представленным TAdviser, российский рынок систем электронного документооборота уверенно растет последние несколько лет, несмотря на сложную ситуацию в экономической, геополитической и социальной сферах. Так, даже в пандемийный 2020 год рост рынка в целом оценивался на уровне 10%, а в 2021 год – на уровне 15-20%. По итогам 2022 года выручка операторов систем ЭДО возросла в пределах от 6 до 32%.

Эксперты компании «Диджитал Дизайн» характеризуют оценку рынка СЭД в России следующим образом: в 2021 году рынок СЭД, ECM и CSP-систем продолжал расти, однако, по словам аналитика, темпы роста стали ниже по сравнению с прошлыми периодами. Кроме этого, эксперт отметил, что в санкционных условиях заказчики стали уделять больше внимание не только автоматизации документооборота, но и переносу других процессов в СЭД. Например, популярностью пользуется перенос процессов кадрового делопроизводства, управление закупками, управление сервисными заявками и др. [3, 4].

Важно отметить, что рост спроса связан также и с ориентированностью государства и госструктур на цифровизацию экономики, а также переход на электронное межведомственное взаимодействие в части кадрового, финансового делопроизводства и повышении безопасности бизнес-процессов. Необходимость проведения цифровой трансформации на базе отечественных решений прямо закреплена в национальной программе (нацпроекте) «Цифровая экономика»: согласно установленным в паспорте проекта целевым показателям стоимостная доля закупаемого или арендуемого органами власти отечественного ПО должна расти на 5% ежегодно и с 70% в 2020 году увеличиться до 90% в 2024 году. Для государственных корпораций и компаний с госучастием данный показатель должен вырасти с 50% в 2020 году до 70% в 2024 году.

В цифровизации экономики специалисты компании «Directum» отмечают следующую тенденцию: стал активнее происходить переход на контакт типа «система-система», который позволяет исключать промежуточные звенья, такие как личная передача документов, выгрузка с преобразованием формата. Эксперты в качестве яркого примера приводят «налоговый мониторинг» и проработка идеи предоставления данных через интеграцию с АИС «Налог-3». Поэтому востребованность у компаний ЕСМ-решений была высокой. Рынок показал устойчивый рост, показатели компании «Directum» выросли больше чем на 30%, в целом по рынку аналитики оценивали рост на 12-15% [3].

Импортозамещение в области электронного документооборота затрагивает в основном не сами системы ЭДО, а их компоненты (СУБД, поисковые модули и т. д.), а также программную «обвязку» – те решения, которые обмениваются данными с СЭД [5].

В феврале 2023 года Федеральной налоговой службой РФ был опубликован рейтинг аккредитованных операторов ЭДО (табл. 1). Данный перечень формировался исходя из таких показателей, как перечень абонентов, число поддерживаемых форматов документов, наличие демоверсии, поддержка международного обмена документами, доля операторов ЭДО, с которыми настроен роуминг и т.д. [6].

Таблица 1

## Рейтинг операторов электронного документооборота согласно исследованиям ФНС

Название	Роуминг	Количество абонентов
АО ПФ СКБКонтур	3/5	более 100.000
ООО Компания Тензор	3/5	более 100.000
ООО Такском	2,5/5	менее 100.000
АО Калуга Астрал	2,5/5	более 100.000
ООО Оператор-ЦРПТ	2,5/5	менее 100.000
АО ТаксНет	1,5/5	менее 1.000
ООО КОРУС Консалтинг СНГ	1,5/5	более 100.000
ООО Эвотор ОФД	1,5/5	менее 100.000
АО НИИАС	1,5/5	менее 10.000
ООО Финтендер-Крипто	1,5/5	более 100.000

Генеральный директор ГК «ЭОС» провел традиционный для мероприятий ЭОС обзор программных продуктов вендора. Он начал с перечисления пяти основных стратегических направлений развития СЭД «ДЕЛО»: «Импортозамещение и завершение кроссплатформенной версии системы «ДЕЛО», повышение общей масштабируемости системы, функциональное развитие и интеграции, обслуживание множества организаций в одной инсталляции, поэтапная смена технологической платформы. В частности, уже текущая версия системы «ДЕЛО» поддерживает СУБД PostgreSQL, MS SQL и Oracle, операционные системы Windows и ведущие российские дистрибутивы Linux. «В конце второго квартала 2023 года мы достигнем полного импортозамещения всех компонентов системы», – отметил спикер.

Также команда ЭОС модернизировала мобильное приложение EOSmobile, модули аналитики и совещаний, модуль интеграции с ПОС СЭД «ДЕЛО» (Платформа обратной связи). Появились модуль замещения должностей и ЭОС РКИ-сервис. Изменения коснулись и АИС МФЦ «ДЕЛО». Также один из флагманских продуктов ЭОС, «Архивное дело», переживает бум интереса. «ЭОС Платформа» - глав-

ный «багаж», с которым ЭОС подошла к новому 2023 году - полностью импортозамещена и не подвержена санкционным рискам. Таким образом, в настоящее время продолжает увеличиваться число клиентских запросов на СЭД «ДЕЛО» - как от новых клиентов, так и от прежних, реализуются долговременные крупные проекты внедрения решений ЭОС.

Так, подводя итог, мы можем отметить, что прослеживаемые тенденции на цифровизацию экономики, импортозамещение, усиление информационной безопасности сохраняются на протяжении последних лет и будут только усиливаться в будущем. В это же время российский рынок СЭД и ЕСМ-систем расширяется и наращивает объемы производства и предоставления новых программных систем. Кроме этого, нормативно-правовая база и правовое регулирование со стороны государства стимулируют рост спроса на отечественные системы электронного документооборота и способствуют защите отечественных производителей.

## Список источников

1. Импортозамещение программного обеспечения в госсекторе- [Электронный ресурс] - URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Импортозамещение\\_программного\\_обеспечения\\_в\\_госсекторе](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Импортозамещение_программного_обеспечения_в_госсекторе)
2. Импортозамещение в сфере IT- [Электронный ресурс] - URL: <https://www.garant.ru/article/1542142/>
3. СЭД (рынок России) - [Электронный ресурс] - URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД\\_\(рынок\\_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД_(рынок_России))
4. Обзор рынка СЭД в 2022 году, прогноз на 2023 год- [Электронный ресурс] - URL: <https://habr.com/ru/articles/722208/>
5. Исследование «Оценка санкционной уязвимости российских компаний» - [Электронный ресурс] - URL: <https://eos.ru/>
6. Перечень операторов электронного документооборота – [Электронный ресурс] - URL: [https://www.nalog.gov.ru/rn77/oedo/search\\_edo/](https://www.nalog.gov.ru/rn77/oedo/search_edo/)
7. Системы документооборота: виды, технологии и программы- [Электронный ресурс] - URL: <https://www.kp.ru/guide/sistemy-dokumentoborota.html>
8. Крупнейшие поставщики СЭД, ЕСМ и CSP-систем в России - [Электронный ресурс] - URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Крупнейшие\\_поставщики\\_СЭД%2C\\_ЕСМ\\_и\\_CSP-систем\\_в\\_России](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Крупнейшие_поставщики_СЭД%2C_ЕСМ_и_CSP-систем_в_России)
9. Российский рынок СЭД – обзор систем, на которые стоит обратить внимание. - [Электронный ресурс] - URL: <https://vc.ru/services/319333-rossiyskiy-rynok-sed-obzor-sistem-na-kotorye-stoit-obratit-vnimanie>
10. TAdviser о российском рынке СЭД, ЕСМ и CSP-систем: ЭОС снова в лидерах - [Электронный ресурс] - URL: [https://old.eos.ru/eos\\_about/eos\\_news/detail.php?ID=32966](https://old.eos.ru/eos_about/eos_news/detail.php?ID=32966)

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



УДК 338.1

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

СЕМЕНЕНКО КИРИЛЛ СЕРГЕЕВИЧ,  
РОМАНОВ НИКОЛАЙ ВЛАДИМИРОВИЧ,  
АЛ-АББУДИ МОХАЙМИН НАДХИР ЖАСИМ

аспиранты

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

*Научный руководитель: Иголкина Татьяна Николаевна*

*к.э.н., доцент*

*АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»*

**Аннотация:** данная статья посвящена проблемам обеспечения экономической безопасности предприятия на основе выработки эффективной системы антикризисного управления. В статье доказано, что экономическая безопасность является основой функционирования и развития любой экономической системы, в том числе предприятия, в связи с чем потребность в обеспечении безопасности системы жизнедеятельности хозяйствующего субъекта характерна для всех структур экономики, а для того чтобы реализовать данную потребность необходим определенный механизм, котором по мнению авторов выступает механизм антикризисного управления.

Исследуя проблемы безопасности и антикризисного управления авторы статьи пришли к выводу о том, что для того, чтобы своевременно реагировать на противоречия, возникающими между субъектами-участниками экономических отношений, а также на выявленные негативные факторы внешней и внутренней среды, руководству предприятия необходимо осуществлять мониторинг среды своего функционирования и адаптироваться к меняющейся ситуации.

**Ключевые слова:** потребность в безопасности, агрессивность бизнес-среды, неопределенность бизнес-среды, экономическая безопасность, кризисная ситуация, негативные факторы, банкротство, антикризисное управление, обеспечение экономической безопасности, Центр прогнозирования кризисных ситуаций, мониторинг экономической системы хозяйствования.

**THEORETICAL FOUNDATIONS OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF ENSURING ITS ECONOMIC SECURITY**

Semenenko Kirill Sergeevich,  
Romanov Nikolay Vladimirovich,  
Al-Abboudi Mohaimin Nadhir Jasim

*Scientific adviser: Igolkina Tatyana Nikolaevna*

**Abstract:** This article is devoted to the problems of ensuring the economic security of an enterprise based on the development of an effective anti-crisis management system. The article proves that economic security is the basis for the functioning and development of any economic system, including an enterprise, and therefore the need to ensure the safety of the life system of an economic entity is characteristic of all economic structures, and in order to realize this need, a certain mechanism, which, according to the authors, is the mechanism of anti-crisis management.

Investigating the problems of security and anti-crisis management, the authors of the article came to the conclusion that in order to respond in a timely manner to the contradictions arising between the subjects-participants of economic relations, as well as to the identified negative factors of the external and internal environment, the management of the enterprise needs to monitor the environment of its functioning and adapt to the changing situation.

**Keywords:** need for security, aggressiveness of the business environment, uncertainty of the business environment, economic security, crisis situation, negative factors, bankruptcy, crisis management, economic security, Crisis Forecasting Center, monitoring of the economic management system.

Большинству российских компаний приходится осуществлять свою предпринимательскую деятельность в условиях высокой степени агрессивности и неопределенности внешней бизнес-среды, также учитывая тот факт, что развитие хозяйствующего субъекта носит циклический характер своего развития, следует отметить, что руководство предприятием приобретает антикризисный характер, данное обстоятельство обуславливает необходимость поиска новых методов управления предприятием в целях своевременного предотвращения его несостоятельности (банкротства).

В связи с чем, теория и практика антикризисного менеджмента приобретает особое значение для предприятий функционирующих в современных условиях рынка. Для обеспечения экономической безопасности, эффективного функционирования предприятия на рынке, его долговременном и успешном развитии, необходимо изыскивать возможности своевременно проводить мониторинг внешней и внутренней бизнес-среды, изыскивать возможности своевременного реагирования на выявленные в ходе финансово-хозяйственной деятельности кризисные ситуации и явления, уметь выбирать наиболее рациональные антикризисные меры или мероприятия на основе использования внутренних резервов и имеющегося экономического потенциала предприятия.

Среди основных внутренних причин несостоятельности (банкротства) хозяйствующих субъектов можно назвать, прежде всего, неэффективное управление или низкий уровень менеджмента на предприятии, отсутствие действенной системы антикризисного управления как хозяйственной системой, так и рисками предприятия.

Изучая заявленную проблему, мы пришли к выводу о том, что в России не развита теоретико-методологическая база антикризисного управления предприятием и обеспечения его безопасности, тем не менее следует отметить вклад отдельных ученых в разработку научно-обоснованных концепций прогнозирования банкротства. Значительный вклад в развитие теории антикризисного управления предприятием и его безопасности внесли такие ученые, как: Азарян Е.М., Александров Г.А., Ансофф И., Балабанова Л.В., Бакунов А.А., Бирман Г., Гончаров В.Н., Градов А.П., Грязнова А.Г., Жаренов Л.Б., Коротков Э.М., Мирмович Э.Г., Омелянович Л.А., Орлова В.А., Хаммер М., Дж. Финнер и др.; отдельные аспекты оценки кризиса на предприятии рассматривались в работах Котлера Ф., Петрушевского Ю.Л., Сардак Е.В., Тайгибова Т.Т., Урывской Л.В., Шепеленко О.В., Шершневой З.Э. и др.

Вместе с тем, изучение опубликованных работ и практики хозяйственной деятельности отдельных хозяйствующих субъектов свидетельствует о том, что обеспечение эффективности деятельности предприятий в сложных и непредсказуемых условиях бизнес-среды возможно только на основе своевременной адаптации к сложившимся условиям хозяйствования и применения антикризисных методов управления.

В ходе исследования нами сделан вывод о том, что необходимо разделять понятие «несостоятельность» и «банкротство», а это требует внесения определенных корректировок в ФЗ № 127 «О

несостоятельности (банкротстве)». В частности, нами термин «банкротство» понимается как документально зафиксированный арбитражным судом юридический факт неспособности предприятия осуществлять финансирование основной деятельности, прописанного в Уставе и в полном объеме покрыть свои денежные обязательства, а также отсутствие возможности поступательно функционировать и развиваться в будущем, в то время как «несостоятельность» рассматривается нами как временная неспособность предприятия-должника покрыть свои срочные обязательства, но имеющая перспективы выхода из создавшегося положения и возможности дальнейшего функционирования [1, 2, 3].

Основываясь на результатах исследования различных научных деятелей в области антикризисного управления, мы пришли к выводу о том, что проблемам антикризисного управления и его безопасности должно уделять повышенное внимание на предприятии, в частности, в целях прогнозирования кризисных явлений на предприятии, нивелировании последствий кризисных явлений необходимо изыскивать средства для создания Центров прогнозирования кризисных ситуаций и моделирования финансово-экономических последствий или создания эффективной системы мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия в целях прогнозирования кризисных ситуаций и моделирования финансово-экономических их последствий.

В рамках осуществления такого мониторинга, аналитическим службам или Центрам прогнозирования кризисных ситуаций и моделирования финансово-экономических последствий, следует выработать действенную систему показателей и методов оценки (анализа) в области предсказания кризисной ситуации (явления), поскольку без использования определенного методического инструментария не возможен процесс практической реализации управленческого воздействия на кризисные явления, то есть обеспечение устойчивого положения хозяйствующего субъекта в рыночной бизнес-среде невозможно без системы антикризисного менеджмента, которая должна включать в себя оценку внешней и внутренней бизнес-среды, в которой функционирует и развивается предприятие; постоянное исследование механизма возникновения кризисных явлений, сканирование сигналов из внешней и внутренней среды о наступлении кризисного явления (ситуации); наличие действенных инструментов и способов прогнозирования кризисных ситуаций и моделирования финансово-экономических последствий; стратегический и оперативный контроллинг; разработку антикризисных мер (мероприятий, программ) по нивелированию кризисных явлений (ситуаций) и др.

Как показал проведенный анализ, руководством большинству предприятий не уделяется должного внимания вопросам обеспечения экономической безопасности и антикризисному управлению, часто на предприятиях используется консервативный подход к осуществлению финансово-хозяйственной деятельности, не осуществляется регулярный мониторинг внешней и внутренней среды, руководство предприятия не всегда своевременно реагирует на кризисообразующие факторы со стороны внешней и внутренней среды, планово-экономический отдел не проводит изучение конъюнктуры рынка, недооценивает своих конкурентов и собственные возможности, не изучает деятельность предприятия на предмет его кризисоустойчивости, не осуществляет диагностику возможного наступления кризисных ситуаций, на предприятии не ведется систематическое наблюдение за его финансовым состоянием, не осуществляется анализ факторов, влияющих на деятельность предприятия, не сформирована четкая маркетинговая и рекламная стратегия. Исходя из этого, можем заключить, что на российских предприятиях часто отсутствует система управления состоятельностью предприятия в рамках решения задач антикризисного регулирования и обеспечения его безопасности.

Таким образом, перед любым предприятием при обнаружении кризисообразующих факторов и кризисных явлениях, стоит задача его возврата в стадию стабильного состояния и недопущения банкротства, то есть существует предпосылка создания такой системы управления предприятием, которая позволила бы устранить финансовую нестабильность, обеспечить ему экономическую состоятельность, сохранить, а в дальнейшем и преумножить рыночные позиции, опираясь, прежде всего, на собственный ресурсный потенциал.

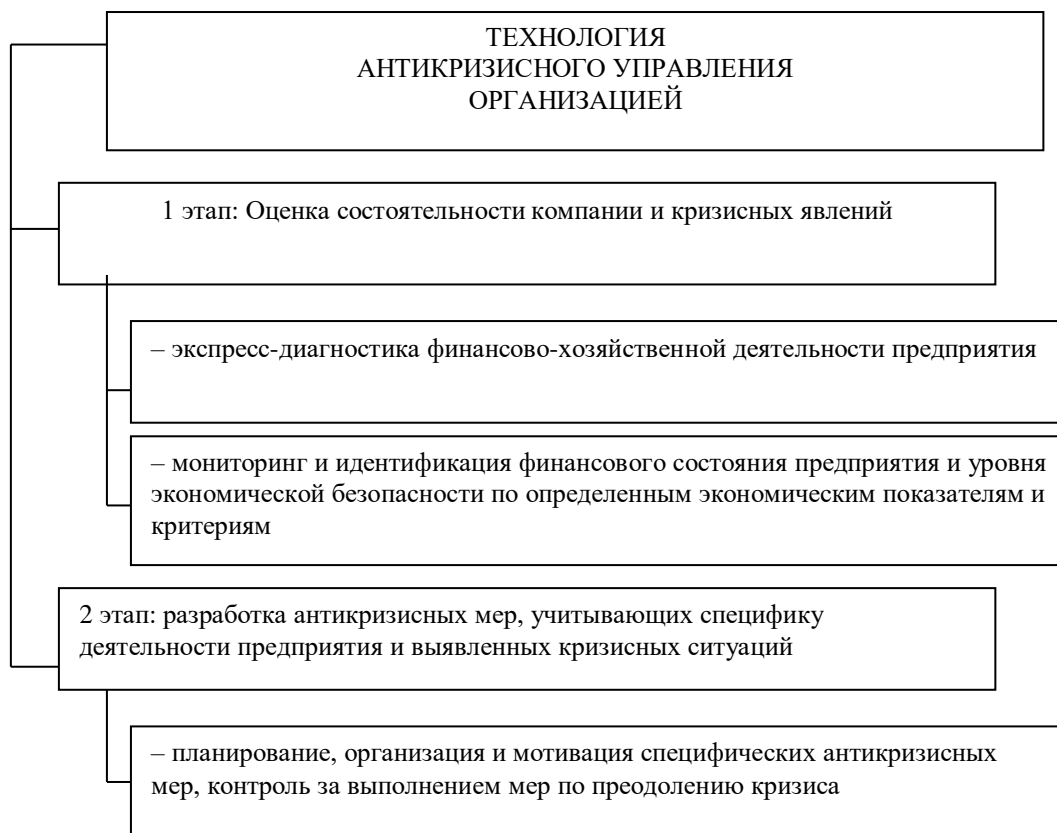
Для формирования действенной политики обеспечения экономической безопасности, антикризисного управления и финансового оздоровления руководству любой компании следует реализовать следующие этапы:

- регулярно проводить экспертную оценку или экспресс-диагностику состоятельности и кризисоустойчивости предприятия;
- предпринимать тактические и стратегические меры по стабилизации его финансово-хозяйственной деятельности;
- определять возможности предприятия по преодолению кризисных ситуаций;
- предлагать различные варианты выхода из кризисного положения и выбирать наиболее оптимальный.

Политика антикризисного управления компании должна быть направлена на достижение устойчивого положения предприятия на рынке, несмотря на влияние внешних и внутренних факторов, которые дестабилизируют экономическую систему хозяйствования. Негативное влияние дестабилизирующих факторов можно значительно сократить, если их вовремя распознать, исследовать, учитывать их индивидуальные особенности и последствия.

«Технология антикризисного управления – это комплекс последовательно осуществляемых мер предупреждения, профилактики и преодоления кризиса, снижения уровня его отрицательных последствий. Она предполагает как аналитическую, так и организационную деятельность. Антикризисный менеджмент можно рассматривать как создание инструментов, которые позволят выявить все недостатки и скрытые резервы системы, а также разработать новый курс развития» [2, 4, 5, 6].

По нашему мнению, технология антикризисного управления на предприятии должна включать в себя следующие этапы (рис. 1): оценка состоятельности, в том числе кризисных явлений, и разработка антикризисных мер, учитывающих специфику деятельности предприятия и выявленных кризисных ситуаций.



**Рис. 1. Технология антикризисного управления, предлагаемая для отечественных предприятий**

Предлагаемая нами технология антикризисного управления для отечественных предприятий является необходимым условием оптимизации финансового состояния предприятия, обеспечения его

безопасности и устойчивого развития. Последовательность проведения работ по антикризисному управлению может иметь следующий вид (рис. 2). Исходя из рисунка 2, мы видим, что в основе проведения работ по антикризисному управлению лежит регулярный мониторинг состоятельности предприятия на основе инструментов экспресс-диагностики, глубокой финансово-экономической диагностики, инструментами которой является экономический анализ, детерминированный анализ.

При оценке масштабов кризисного состояния экономического объекта рекомендуем использовать результаты маркетинговых исследований, социально-экономического и ресурсного видов анализа. При выработке концепции и целей антикризисного управления следует дать оценку эффективности организационной структуре управления, использовать такие методы как «дерево целей», «построение сценариев» и др.

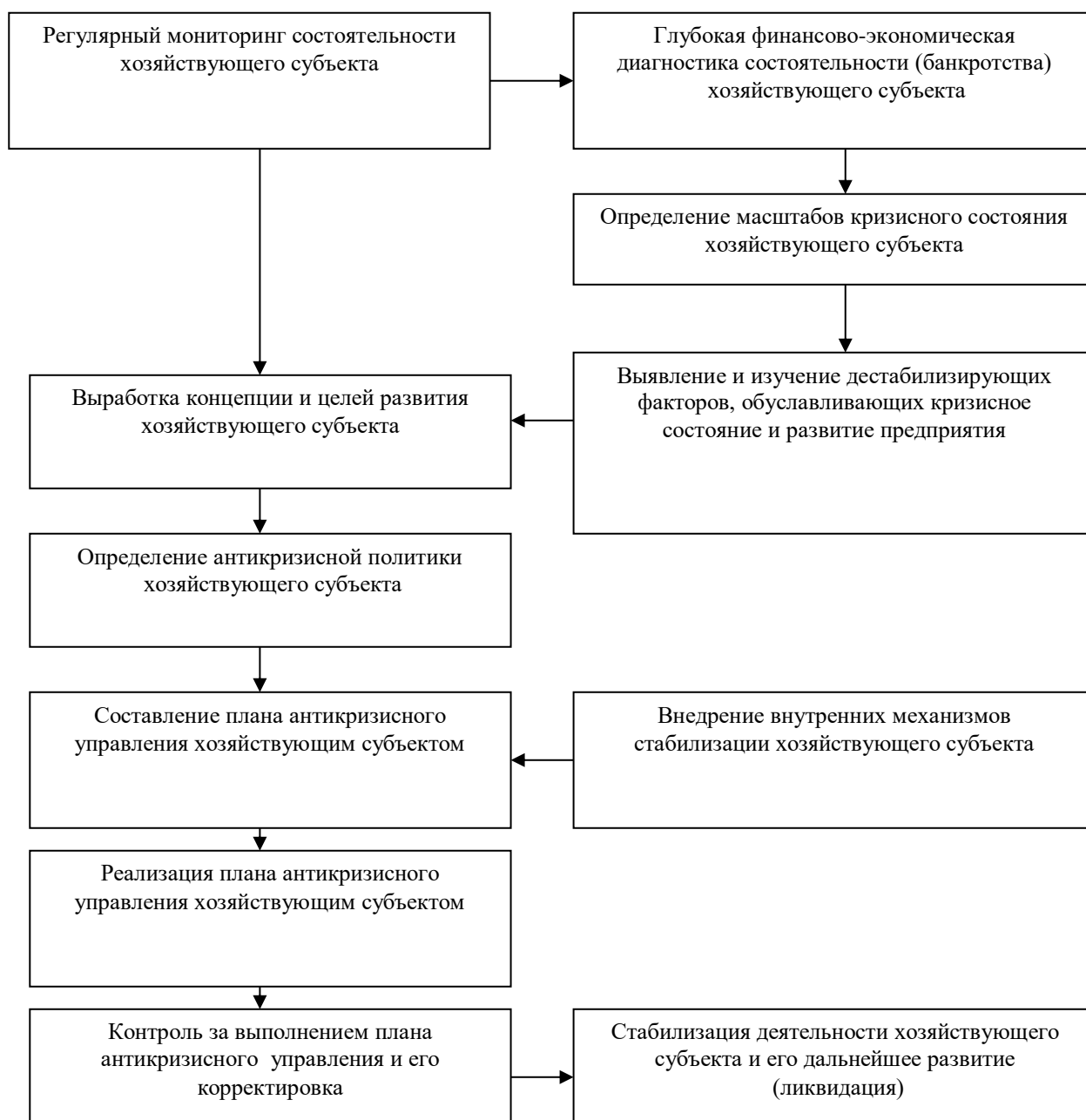


Рис. 2. Последовательность проведения работ по антикризисному управлению предприятием

При определении антикризисной политики в целях обеспечения безопасности руководству компаний следует разработать антикризисные мероприятия на основе альтернативных реализуемых на практике проектов развития предприятия (инновационных проектов), реструктуризации бизнеса, санации предприятия и иных инструментов.

#### Список источников

1. Безуглова Ю.В., Иголкина Т.Н., Эмирова И.У. Результаты диагностики современного состояния экономической безопасности Белгородской области [Текст] // Вестник БУКЭП. – 2020. – №2(81). – 361 с. – С.73-84.
2. Демьянова О.В., Ишкова Е.И. Особенности формирования устойчивого развития предприятия в условиях современного кризиса // Финансы и кредит, 2017. – Т.23. – Вып.6. – С. 310-319.
3. Иголкина Т.Н., Безуглова Ю.В., Романов Н.В. Теоретико-методологическое исследование отдельных проблем обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов [Текст] // Вестник БУКЭП. – 2023. – №1(98). – С.69-78.
4. Тарасова Т.Ф., Иголкина Т.Н., Ал-Аббуди М.Н.Ж. Исследование отдельных аспектов теории и практики экономической состоятельности хозяйствующих субъектов в условиях неустойчивости внешней и внутренней среды [Текст] // Вестник БУКЭП. – 2022. – №6(97). – С.9-17.
5. Токарь Е.В., Иголкина Т.Н. Устойчивость финансового состояния предприятия как фактор его успешного функционирования [Текст] // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права: – 2011. – № 4(40). – С. 89-94.
6. Токарь Е.В., Иголкина Т.Н., Фирсова А.А. Антикризисное управление как фактор обеспечения экономической безопасности предприятия [Текст] // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 2 (69). – С. 20-30.

© Т.Н. Иголкина , К.С. Семенов, Н.В. Романов, Ал-Аббуди М. Н. Жасим, 2023

# ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 347.736

# КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА С УЧЕТОМ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

ЛЕВШУК ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ,  
ПЕТРОВА АННА ВИКТОРОВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)

*Научный руководитель: Хоружий Валерий Иванович*  
д.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)

**Аннотация:** современные условия ведения бизнеса являются сложными и не всегда четко следуют разработанным за многие годы классическим законам экономики. Кроме того, последние несколько лет Российская Федерация сталкивается не только с особенностями и преобразованиями внутреннего рынка, но также с внешними факторами, такими как пандемия коронавируса и санкции. В связи с этим государство со своей стороны должно осуществлять меры по поддержке многообразных видов хозяйствующий субъектов. При этом не все институты являются эффективными и отвечают современным вызовам для поддержания организации и ее коммерческой деятельности. Как следствие, реформирование института несостоятельности (банкротства) приобретает особую актуальность для регулирования бизнес-отношений, а также инструментом удовлетворения требований и защиты прав кредиторов и должников.

**Ключевые слова:** банкротство, несостоятельность, реформирование банкротства, преднамеренное банкротство, конкурсное производство, законопроект.

## CONCEPTUAL IMPROVEMENT OF THE DOMESTIC INSTITUTE OF BANKRUPTCY TAKING INTO ACCOUNT MODERN ECONOMIC CHALLENGES

Levshuk Vladimir Vladimirovich,  
Petrova Anna Viktorovna

*Scientific adviser: Horuzhiy Valery Ivanovich*

**Abstract:** Modern business conditions are complex and do not always clearly follow the classical laws of economics developed over many years. In addition, over the past few years, the Russian Federation has been facing not only the peculiarities and transformations of the domestic market, but also external factors, such as the coronavirus pandemic and sanctions. In this regard, the state, for its part, should implement measures to



support diverse types of economic entities. At the same time, not all institutions are effective and meet modern challenges to maintain the organization and its commercial activities. As a result, the reform of the institution of insolvency (bankruptcy) is becoming particularly relevant for the regulation of business relations, as well as a tool for meeting the requirements and protecting the rights of creditors and debtors

**Key words:** bankruptcy, insolvency, bankruptcy reform, intentional bankruptcy, bankruptcy proceedings, bill.

Правовые аспекты процедуры несостоятельности закреплены в Федеральном законе "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ [1]. Установленная законом процедура банкротства хоть и представляет собой утвержденный механизм, но во многом не отвечает вызовам времени, в связи с чем требует дальнейшего развития и реформирования. Представляется, что упор в законодательстве должен в настоящее время быть сделан на помощь должнику для сохранения бизнеса, как двигателя экономики. В связи с чем возрастает необходимость улучшения института банкротства и уточнение его механизмов. Среди всех имеющихся недостатков системы признания несостоятельности можно выделить главные аспекты, которые требуют доработки и разъяснения со стороны законодателя:

1. Недостаточное развитие механизмов защиты кредиторов и распределения конкурсной массы
2. Недостаточный уровень квалификации управляющих
3. Ликвидационный уклон банкротства должника
4. Преднамеренное банкротство

Говоря о ключевых целях института банкротства, стоит заметить, что, с одной стороны, правопорядок должен обеспечивать субъекту-должнику защиту от ликвидации, так как прекращение деятельности грозит потерей рабочих мест и уничтожает производственные цепочки, которые влияют на «генерацию» экономического роста. С другой стороны, процедура несостоятельности должна контролировать сохранность и справедливое распределение ресурсов должника, тем самым учитывать интересы кредиторов.

Вопрос об актуальности реформирования устаревшей системы несостоятельности стоит перед отечественным законодателем несколько лет. Еще в 2017 году депутаты предложили внести в изменения в законодательство о банкротстве, реформируя несколько важных механизмов, в том числе введя процедуру реструктуризации долгов. Данный законопроект был отправлен на доработку. Вновь о реформировании законодательства стало известно в 2021 году. В Госдуму был внесен законопроект (№ 1172553–7) [2] (далее – законопроект), направленный на реформирование института банкротства. Инициаторы законопроекта в пояснительной записке к законопроекту указывали, что на настоящий момент механизмы реабилитационных процедур обладают недостаточной эффективностью и редко восстанавливают платежеспособность должника [3]. Также остается крайне низкой сумма удовлетворенных требований. Так, например, по статистике Единого федерального реестра сведений о банкротстве за 2022 год сумма требований, включенных в реестр требований кредиторов, составила 2 479 693 370 352,66 руб. Сумма удовлетворенных требований составила 2 945 796 848,28 руб. [4].

Разработчики законопроекта предлагают ряд нововведений, среди которых упразднение таких процедур банкротства, как наблюдение, финансовое оздоровление и внешнее управление. При этом планируется ввести новую реабилитационную процедуру - реструктуризацию долгов, которая позволит восстановить платежеспособность должника. Тем самым, останется две процедуры банкротства, которые развиваются в разных векторах – реабилитационном и ликвидационном. При этом остается спорным вопрос о переходном периоде таких крупных изменений. Существует опасность того, что из-за отсутствия практики применения новой процедуры уклон в банкротстве будет направлен на понятный механизм конкурсного производства, что в свою очередь отрицательно скажется на сохранении бизнеса. Целесообразно временно оставить существующие процедуры для более плавного перехода к новым законодательным нормам.

Касательно реализации конкурсной массы, законопроектом предусмотрено реформирование

процедуры торгов и создание специальной государственной информационной системы, на площадке которой будет раскрываться информация о формировании и реализации конкурсной массы, что позволит цифровизировать и сделать более прозрачным процесс реализации конкурсной массы должника. Как справедливо заметила А.Н. Ряховская, в условиях стремительной модернизации технологий во всех сферах жизнедеятельности человеческого общества становится очевидно, что в ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий будет определять международную конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых стран, формирующих инфраструктуру и правовую среду для цифровой трансформации [5, с. 189]. Отдельно стоит заметить, что цифровизация уже активно применяется в сфере банкротства. Сайт Единого федерального реестра сведений о банкротстве позволяет проводить эффективный мониторинг должников и отслеживать информацию о процедурах банкротства [6]. На базе ФНС реализован проект «Повышение эффективности реализации имущества должников» (Маркетплейс), который позволяет улучшить процесс реализации имущества должников по процедурам банкротства и исполнительного производства [7].

Проблему недостаточного уровня квалификации арбитражных управляющих законодатель предлагает решить созданием государственного регистра указанных управляющих и созданием бальной оценки их деятельности. Предполагается, что саморегулируемые организации арбитражных управляющих будут самостоятельно подавать заявление на участие в делах о банкротстве и предлагать кандидатуру управляющего. На основе бальной системы суд будет определять и назначать арбитражного управляющего. Стоит обратить внимание, что законопроект не предусматривает методику составления рейтинга, а отсылает на подзаконный акт Правительства, который данную методику будет регулировать. Арбитражный управляющий должен обладать определенными знаниями по праву, бухгалтерскому учету, финансам и экономике, чтобы эффективно управлять банкротством организации. Квалифицированный арбитражный управляющий необходим для того, чтобы обеспечить правильный и эффективный ход процедуры банкротства, а также быстро и эффективно принимать решения в сложных ситуациях и обеспечивать максимальную защиту прав и свобод участников процедуры. В связи с этим возникает ряд закономерных вопросов о том, как бальная система будет учитывать уровень профессиональной компетенции управляющих, а также будет ли система объективной и отражать реальные качества управляющих. Представляется, что единственным способом определения качества компетенций управляющих является анализ его деловой репутации и опыта ведения дел. Методику определения данных показателей унифицировать не представляется возможным.

Стоит отметить, что процедура признания несостоятельности имеет положительный эффект для добросовестных субъектов, которые ввиду экономических проблем внутреннего и внешнего порядка попадают в безвыходную ситуацию и ставят перед собой цель ответить на все долговые обязательства. При этом наблюдаются случаи преднамеренного банкротства. В соответствии с опубликованной статистикой Единого федерального реестра сведений о банкротстве за 2022 года было составлено 2 296 заключений о наличии признаков преднамеренного банкротства [4]. Преднамеренные банкротства используются для того, чтобы скрыть наличие средств от налоговых органов и кредиторов, а также избежать ответственности за невыполнение обязательств, что представляет собой угрозу для экономики и общества в целом.

Одной из главных причин существования преднамеренных банкротств являются пробелы в законодательстве и недостаточная эффективность первоначального надзора за субъектами экономической деятельности. Законодатель предлагает ввести новую методику определения признаков фиктивного и преднамеренного банкротства госкомпаний, стратегических предприятий и крупных организаций. В соответствии с законопроектом федеральный орган исполнительной власти будет проводить проверку наличия признаков таких банкротств. Представляется важным определить и установить индикаторы, указывающие на преднамеренное или фиктивное банкротство организации. Макаренко С.А., Овсиенко А.А. предлагают в первую очередь анализировать изменение уставных документов, изменение состава органов управления, непредставление бухгалтерской отчетности, деловую репутацию должника [8]. Отметим, что к таким признакам могут относиться совершенные в период подозрительности крупные сделки и сделки с заинтересованностью.

Подводя итог, следует сказать, что институт банкротства в России требует серьезного реформирования, так как явно прослеживается его ликвидационный уклон и низкий уровень удовлетворения требований кредитора. С учетом экономических реалий процедура банкротства должна ставить своей целью сохранение бизнеса в балансе с соблюдением прав кредиторов. Поэтому введение процедуры реструктуризации долгов целесообразно, при этом многие положения законопроекта, такие как бальная система оценивания управляющих, требуют уточнения.

## Список источников

1. Федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.consultant.ru> (01.06.2023).
2. Законопроект № 1172553-7 О внесении изменений в Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (в части реформирования института банкротства) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1172553-7?ysclid=li7htbhf88308088262> (01.06.2023).
3. Пояснительная записка к проекту федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1172553-7?ysclid=li7htbhf88308088262> (01.06.2023).
4. Сводная информация о результатах процедур, применявшихся в деле о банкротстве за период с 01.01.2022 по 31.12.2022 (на основе 200626 отчетов) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://fedresurs.ru/news/b6d96107-b4db-45cf-8970-e6f31cc5ac3c> (01.06.2023).
5. Развитие антикризисного управления в условиях глобальной трансформации: монография / кол. авторов; под ред. А.Н. Ряховской, Л.В. Волкова. М.: КНОРУС, 2021. С. 189
6. Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://fedresurs.ru/monitoring> (01.06.2023)
7. Об организации проекта «Повышение эффективности реализации имущества должников». ФНС России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.nalog.gov.ru/rn56/news/activities\\_fts/11260897](https://www.nalog.gov.ru/rn56/news/activities_fts/11260897) (01.06.2023).
8. Макаренко С.А., Овсиенко А.А. Методика выявления признаков преднамеренного банкротства как метод финансового контроля // ЕГИ. 2022. №40 (2).

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 338

# ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ

ИВАНОВА КСЕНИЯ НИКОЛАЕВНА,

студент,

ЛЕБЕДЕВ НИКИТА АНДРЕЕВИЧ

доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО МГАВМиБ - МВА имени К.И. Скрябина

**Аннотация:** рассмотрены основные технологии финансирования сельскохозяйственных проектов. Сделан вывод, что обеспечить финансирование сельскохозяйственных проектов, возможно, используя гранты, а также такие технологии как фандрайзинг, краудинвестинг, краудфандинг и венчурное финансирование.

**Ключевые слова:** гранты, технологии финансирования, сельскохозяйственные проекты, инвестиционные инструменты, хозяйствующие структуры.

## FINANCING TECHNOLOGIES AGRICULTURAL PROJECTS

Ivanova Ksenia Nikolaevna,  
Lebedev Nikita Andreevich

**Abstract:** the main technologies of financing agricultural projects are considered. It is concluded that it is possible to provide financing for agricultural projects using grants, as well as technologies such as fundraising, crowdinvesting, crowdfunding and venture financing.

**Key words:** grants, financing technologies, agricultural projects, investment instruments, economic structures.

Частного финансирования в разработку инновационных сельскохозяйственных проектов может быть недостаточно. Как правило, определённые средства могут быть вложены в производство заранее, и даже их изъятие на время может стать болезненным, что потребует финансовых ресурсов извне для разработки инноваций.

В этой связи предприниматели, члены потребительских кооперативов, собственники личных подсобных хозяйств, самозанятые граждане имеют возможность получить гранты на финансирование различных сельскохозяйственных проектов, например, на развитие инфраструктуры хозяйства и т.п. Распределяет их Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. К самым популярным грантам можно отнести грант «Агростартап» и грант на развитие семейной фермы [1].

Получение гранта, как одно из условий, включает наличие идеи, которую оформляют как бизнес-план со списком вложений и результатами, которые планируют достичь, после чего претендент обращается в банк с заявлением об оформлении под данный проект льготного инвестиционного кредита и комплектуется пакетом необходимых документов для обращения в региональное представительство с ожиданием решения комиссии.

Если анализировать грант «Агростартап», следует отметить, что его бюджет может составить до семи миллионов рублей на получение мясной и молочной продукции, как и для других видов продукции; кроме того, средства могут быть адресованы на покупку земли, на развитие инфраструктуры хозяйства, хранение либо переработку произведённой продукции.

В текущем году на гранты по программе «Агростартап» планируется выделить из бюджета 3 млрд рублей для реализации около 850 проектов.

Для сельских малых и микропредприятий [2]. не менее популярен грант «Агропрогресс», средства от которого допускается направлять на приобретение или строительство новых производственных строений, оборудования, техники, транспорта. Условия получения гранта практически совпадают с условиями гранта «Агростартап».

В список грантов на финансирование различных сельскохозяйственных проектов включён грант на развитие семейной фермы; выделяется на развитие личного хозяйства и формирование новых рабочих мест, при этом изначально вкладывают не менее сорока процентов собственных средств, а остальная сумма покрывается грантом.

Выделение грантов показывает заинтересованность государства в результативности финансирования сельскохозяйственных бизнес-проектов, что даст возможность повысить индекс производства продукции сельского хозяйства.

Вместе с тем, наряду с другими традиционными технологиями, обеспечивающими финансирование сельскохозяйственных бизнес-проектов, выделяются краудинвестинг и краудфандинг.

Так, краудфандинг как технология финансирования инвестиционных проектов стал распространяться в нашей стране с начала этого века, законодательно же стал регулироваться с января 2020 года, хотя закон регулирует отношения широкого круга инвесторов не используя самого этого понятия [3].

Развитие данной технологии финансирования сельскохозяйственных проектов вероятно, что определено и эволюцией категорий инвестиционных инструментов; это позволит не только обновить основные средства, или организационную композицию, но и усилить действенность управления предприятием.

С этой точки зрения как один из способов финансирования сельскохозяйственных проектов [4]. широким динамичным направлением в перспективе представляется краудфандинг; он в определённой степени даже преобладает над венчурным капиталом как средством проектного инвестирования, что придаёт ему активное развитие.

В нашей стране в первом полугодии прошлого года в реестре операторов инвестиционных платформ (СИП) по данным Банка России числилось пятьдесят девять организаций (на 24 больше по сравнению с тем же периодом 2021 года), причём треть из них не осуществляют деятельности по причине разработки и тестирования программного продукта.

Можно назвать ряд успешных проектов, связанных с технологией краудфандинга, - это крестьянское (фермерское) предприятие «Долина Коз», «Белые росы», «Строим кроликоферму в Ростовской области». «Возрождаем деревни - укрепляем Россию!». В хозяйствах разводят племенных романовских овец, выращивают картофель, заняты заготовкой кормов и пр.

Сам же процесс краудфандинга технологически имеет вполне определённый структурный вид. Прежде всего, доминирующий этап - это зарождение идеи, этап, определяющий успешность проекта.

Во-вторых, как теоретический аспект, - это сбор материалов для создания проекта, непосредственная проработка бизнес-плана.

В-третьих, - это создание инвестиционного проекта, на этой стадии приходит понимание насколько будет предъявлен запрос на разрабатываемый продукт, находят выгодные позиции на финансовых рынках и т. п.

В-четвёртых - это сбор требуемых средств при минимизации вовлечения реципиентов, при этом, причастные к проекту доноры средства инвестируют.

В-пятых - это если средства используют по назначению на стадии воплощения идеи, которая теперь становится реальностью.

И, шестое - это доклад как итог инвестирования.

Как одну из оптимальных технологий краудфандинга для финансирования ключевых проектов, мы бы выделили краудфандинг капитала акционеров (Equity crowdfunding), что значит возможность приобрести доли за вложенные средства. Этот алгоритм действует как с работающими, так и с начинающими проектами.

Как технология финансирования, судя по всему, не меньшей, чем краудфандинг привлекательностью отличается краудинвестинг. Данный алгоритм даёт возможность инвесторам приобретать доли в том или ином проекте для получения прибыли с определёнными преимуществами, прежде всего, это касается возможности гарантированно получать прибыль и финансировать не один проект.

Краудинвестинг предполагает присутствие нескольких микроинвесторов - участников сделки, вкладывающих несущественные суммы. В текущих экономических условиях задействованы три базовых типа краудинвестинга, имеющих определённые особенности: акционерный, народное кредитование и роялти. Используя роялти, инвесторы совместно финансируют проект и генерируют некоторый доход при его успешной реализации. При так называемом народном кредитовании кредиторы с финансируют проект в кредит, за что с получают доход.

Анализ показал большие возможности развития краудинвестинга, преимущественно он даёт возможность финансировать агропромышленные проекты, что повышает их уровень развития. Наряду с этим может финансироваться множество проектов, что по большому счёту развивает экономику сельского хозяйства.

Технологии финансирования сельскохозяйственных проектов включают такой способ финансирования как фандрайзинг. Классическая схема этой технологии подразумевает оценку необходимых ресурсов, выбор финансовых источников, проведение мероприятий их привлечения, вальвации результатов; по финансированию проектов через фандрайзинг с использованием низкопроцентных или беспроцентных кредитов, что и приносит доход.

Не менее эффективный способ, обеспечивающий финансирование сельскохозяйственных проектов, - это венчурное инвестирование. В данном аспекте для эффективного венчурного продвижения требуется определенная инфраструктура, к элементам которой можно отнести венчурные фонды, агроэкономические зоны, бизнес-инкубаторы, технопарки, информационные центры и т.п.

Венчурный капитал - один из инструментов создания нового отечественного сельского хозяйства, который во взаимосвязи с обычными финансовыми инструментами сделает возможным преодоление дефицита и высокую стоимость финансирования инновационной деятельности и несмотря на высокий риск, станет эффективным инструментом для решения поставленных целей.

Конкретизируя внутреннее венчурное инвестирование следует отметить, что оно включает трёх основных участников: институциональных инвесторов, предприятия, заинтересованные в финансовых ресурсах и венчурных капиталистов.

Что касается венчурных капиталистов, теория выделяет следующие их типы: банки, корпоративных инвесторов, страховые компании, как и частных лиц и государственные структуры.

Национальные банки, хотя и важные источники финансирования сельскохозяйственных проектов, тем не менее без желания финансируют венчурные проекты по причине высокой рискованности, однако, зарубежный опыт показывает, что большинство европейских банков поддерживают сельхозпроекты при помощи специальных дочерних структур.

Между тем, венчурное финансирование осуществляют ряд страховых компаний, но их обязательства могут быть нестабильны, т.к. они не ищут долгосрочных вложений. В свою очередь, государственные структуры тоже не лишены отличительных особенностей, финансируя, как правило, разработки важных для них сельскохозяйственных проектов, и то на ранней стадии разработки.

С другой стороны, «бизнес-ангелы», или как их ещё называют, венчурные инвесторы, вкладывают в частные структуры собственные средства, имеющие, по их мнению, существенный потенциал. Часть венчурных инвесторов - результативные хозяйственники.

Сельскохозяйственные проекты финансируются, как правило, на основе малых хозяйствующих структур, и на их развитие привлекаются требуемые средства. Все малые хозяйствующие структуры делятся на две ключевых группы: во-первых, структуры на исходном периоде развития, и, во-вторых, структуры, требующие реструктуризации.

Малые хозяйствующие структуры классифицируют таким образом:

1). «Посев», когда бизнес-идеи только предстоит оценка, формируется бизнес-план, ведётся поиск источников финансирования, проводятся маркетинговые исследования, создаётся бизнес-команда.

2) Вновь образованная хозяйствующая структура, когда выход на рынок не выполнялся, но оформление бизнес-идеи уже завершено, разработан бизнес-план, сформирована бизнес-команда, проведено первоначальное продвижение продукта.

3) Малая хозяйствующая структура функционирует, находится на первоначальной стадии продвижения продукта, но необходимо вспомогательное финансирование.

4) Структура, вышедшая на рынок, но нуждается в добавочном финансировании для развития на перспективу (расширение сферы деятельности, выход на региональный рынок и пр.).

В случае, когда хозяйствующей структуре требуется реструктуризация, возможно использование различных методов:

- покупку предприятия менеджментом;
- финансирование для внутривнутрипостроечной стабилизации.

Венчурный инвестор - лицо частное, он агент, он организует сделки, их последующий мониторинг, а при необходимости - дополнительное финансирование. Его обязанности: комплексно оценить предприятие с точки зрения перспективы развития; оптимизации инвестиций, мониторить и контролировать деятельность.

Таким образом, нами рассмотрены основные технологии финансирования сельскохозяйственных проектов. Анализ показывает, что обеспечить финансирование сельскохозяйственных проектов, возможно используя гранты, а также такие технологии как фандрайзинг, краудинвестинг, краудфандинг и венчурное финансирование.

#### Список источников

1. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 № 717 «О государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» (приложения № 6 и № 8) с изменениями от 30.03.2023 г. // [www.garant](http://www.garant)

2. Новиков М.В. и др. Характер развития малых и средних предприятий: современные тенденции. - М., 2022.

3. Федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ (с изм. от 14.07.2022 № 331-ФЗ) // [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

4. Миндлин Ю.Б. и др. Управление проектами. - М., 2021.

5. Лебедев Н.А., Локтионова Г.Р., Лисейкина О.В. Инновационная практика предприятий сельскохозяйственного машиностроения. В сборнике: Актуальные проблемы ветеринарной медицины, зоотехнии, биотехнологии и экспертизы сырья и продуктов животного происхождения. Сборник трудов научно-практической конференции. Под общей редакцией С.В. Позябина, Л.А. Гнездиловой. Москва, 2022. С. 580-581.

6. Лебедев Н.А., Локтионова Г.Р., Лисейкина О.В. Динамика инкорпорирования инновационных технологий отрасли. В сборнике: Актуальные проблемы ветеринарной медицины, зоотехнии, биотехнологии и экспертизы сырья и продуктов животного происхождения. Сборник трудов научно-практической конференции. Под общей редакцией С.В. Позябина, Л.А. Гнездиловой. Москва, 2022. С. 581-583.

© Н.А. Лебедев, К. Н. Иванова, 2023



УДК 338.4

# ЛЕЧЕНИЕ ОСТЕОАРТРОЗА У СОБАК: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**ЖУКОВА АЛЕКСАНДРА АЛЕКСАНДРОВНА,**

студент,

**ЛИСЕЙКИНА ОЛЬГА ВИТАЛЬЕВНА**

старший преподаватель

ФГБОУ ВО МГАВМиБ - МВА имени К.И.Скрябина

**Аннотация:** данная работа представляет собой исследование, посвященное экономическому анализу методов лечения остеоартроза у собак. Целью исследования является определение наиболее оптимального метода лечения остеоартроза с учетом его эффективности и затрат. В работе используется экономический анализ, который включает в себя оценку эффективности лечения, сравнение затрат на различные способы лечения, анализ стоимости и прогнозирование экономических последствий.

**Ключевые слова:** клеточно-регенеративная медицина, лечение остеоартроза, стоимость лечения, хондропротекторы, эндопротезирование суставов, экономический анализ.

## TREATMENT OF OSTEOARTHRITIS IN DOGS: AN ECONOMIC ASPECT

**Zhukova Alexandra Alexandrovna,****Liseikina Olga Vitalievna**

**Abstract:** This work is a study devoted to the economic analysis of methods of treatment of osteoarthritis in dogs. The aim of the study is to determine the most optimal method of treatment of osteoarthritis, taking into account its effectiveness and costs. The work uses economic analysis, which includes evaluation of the effectiveness of treatment, comparison of costs for various methods of treatment, cost analysis and forecasting of economic consequences.

**Key words:** cellular regenerative medicine, osteoarthritis treatment, cost of treatment, chondroprotectors, joint replacement, economic analysis.

Здравоохранение, в частности ветеринарная медицина, является важной областью, где эффективность и экономическая целесообразность методов лечения имеют огромное значение, особенно, когда речь идет о постоянном поддержании здоровья животного, таким образом, тема настоящей статьи является чрезвычайно актуальной как для ветеринарных специалистов, так и для владельцев животных.

Болезни суставов – бич ветеринарии, с которым постоянно борются не только врачи, но и владельцы домашних питомцев. Остеоартроз (далее – ОА) представляет собой заболевание опорно-двигательной системы, сопровождающееся постоянными болевыми ощущениями, которые приводят к ограничению движений и ухудшению качества жизни собаки. Кроме того, ОА может возникнуть в любом возрасте и часто прогрессирует с течением времени [1,6]. Отметим, что на данный момент времени любой метод лечения ОА принято считать паллиативным, однако, все методы обладают разной степенью эффективности и по-своему оказывают положительное влияние на пациента.

На сегодняшний день активно практикуется лечение так называемыми хондропротекторами, которые улучшают функциональные возможности пораженного сустава после длительного применения.

Важным аспектом является пролонгированное действие препаратов, вследствие чего эффективность применения возможна только в случае прохождении длительного приема, что не может не отразиться на затратах владельцев [3]. В настоящей работе рассматриваются несколько разновидностей хондропротекторов разных ценовых сегментов, применяемых по отношению к собакам средних размеров весом не более 20 килограммов.

Следует отметить, что использование хондропротекторов в качестве пищевых добавок является пожизненным и рекомендованным в сочетании с другими способами лечения ОА [3], вследствие чего необходимо принимать во внимание такой параметр, как продолжительность применения. Учитывая среднюю продолжительность жизни собак, равную 10-13 лет и особенности проявления ОА в возрасте около 8 лет, применение препарата составит не менее двух, а то и пяти, лет [2].

Курс лечения, в свою очередь, составляет не менее трех-четырёх недель с потреблением двух таблеток дважды в день (с расчетом на вес 20 кг), как правило, два-три раза в год с учетом внешних факторов (травматизм во время прогулок или же иные неблагоприятные факторы содержания и кормления) [3]. Исходя из вышеизложенного, количество потребляемых таблеток под названием «Артрогликан», собакой породы Бордер-колли (порода взята с учетом средней массы животного и никак не отражается на качественной составляющей настоящего исследования), составляют около 336 в год и 1680 за пять лет соответственно.

Средняя стоимость артрогликана составляет сегодня 3502 рубля за 300 таблеток, тогда как за весь период лечения/ профилактики (5 лет) цена будет составлять 21 012 рублей.

Хондропротекторы фирмы «Страйд», которые выпускают лекарственный препарат в виде раствора для перорального потребления, необходимо принимать по 8 мл в сутки в течение двух с половиной месяцев (примерно 46 дней), что составит 368 мл за курс. Исходя из рекомендаций фармацевтических компаний, курс следует повторять каждые два месяца, а это составит около 3 курсов в год, в свою очередь 1104 мл препарата за один год, а 5520 мл за все пять лет. . *Стоимость препарата «Stride Plus» 6883 руб. за 500 мл.*

Переходя к направленному лечению, а не к поддержанию нормальных жизненных показателей животного при ОА при помощи хондропротекторов, указанных нами ранее, рассмотрим такой метод как эндопротезирование суставов, т.е. полная замена сустава. Следует отметить, что операция по эндопротезированию показана далеко не всем пациентам с ОА и имеет множество противопоказаний, однако, в случае неспособности помочь животному медикаментозно, оперативное вмешательство активно используется в клинической практике. В дополнение к вышеизложенному, эндопротезирование суставов проводится при хроническом ОА и требует колоссальных усилий владельцев по уходу за питомцем в постоперационный период, при этом нет стопроцентной гарантии полного восстановления функциональных возможностей сустава, однако, положительный эффект без осложнений присутствует в 89.3% случаев [5]

Нельзя не забывать о том, что стоимость операции без учета дополнительных реабилитационных мер варьируется от 50 000 до 70 000, что, в значительной степени превышает среднюю заработную плату по России [4] (см. фото 3). При этом, все затраты с учетом полного выздоровления животного вполне оправданы, поскольку больше не будет необходимости в проведении иных манипуляций, связанных с работой суставов.

Средняя стоимость эндопротезирования тазобедренного сустава без учета стоимости эндопротеза (по данным «Ветеринарного центра хирургии и онкологии доктора Воронцова»)

На наш взгляд наиболее прогрессивным способом лечения ОА считается метод клеточно-регенеративной терапии (далее – КРТ) с применением мультипотентных мезенхимальных стволовых клеток (далее – ММСК). В ходе лечения используется инъекция из ММСК больного животного и далее вводится непосредственно в пораженный сустав. Следует учитывать и то, что основные затраты, при данном методе, приходятся на лабораторию, которая будет изготавливать инъекцию с расчетом на вес пациента. Помимо вышесказанного, отметим, что эффективность настоящего метода ниже, чем при эндопротезировании (76%), но и риски значительно ниже [6]. Кроме того, основным преимуществом КРТ является невозможность проявления осложнений, что является особо важным аспектом для вла-

дельцев и самих питомцев.

Стоимость лечения ОА при помощи клеточно-регенеративной терапии сугубо индивидуальна, однако, показания цены разнятся в пределах 5 000 до 7 000 за выделение аутологичных клеток из жировой ткани собаки весом около 20 кг, а накопление мультипотентных мезенхимальных стволовых клеток для изготовления инъекции оценивается в 10 000 – 20 000 рублей, в зависимости от степени тяжести ОА. Резюмируя вышесказанное, средняя стоимость клеточно-регенеративной терапии составляет 21 000 [7].

Таким образом, приведенная нами статистика, базирующаяся на данных о стоимости лечения ОА, выглядит следующим образом: (табл. 1)

**Таблица 1**

**Стоимость различных видов лечения остеоартроза**

Продолжительность лечения	Способ лечения		
	Хондропротекторы	Эндопротезирование	КРТ
	Стоимость в рублях		
1 год	3 502	60 000 – 100 000	21 000
5 лет	21 012		

На основании приведенных данных становится возможным заявить о том, что при выборе КРТ, как основного метода лечения ОА, финансовые затраты минимальны, а риски практически нулевые. При этом, эффективность лечения практически не уступает оперативному вмешательству, сопровождающимся полной заменой сустава. Кроме того, с экономической точки зрения, на наш взгляд, наиболее выгодным вложением при лечении ОА становится КРТ, поскольку изготовление, доставка и введение препарата в любой клинике стоит разительно меньше, нежели полномасштабная операция. Учитывая эффективность применения хондропротекторов, их использование сводится исключительно к профилактике и лишь в нескольких случаях к лечению, несмотря на привлекательные денежные затраты для владельцев.

В заключении нельзя не учесть, что принцип лечения ОА выбирается, в большей степени, ветеринарным врачом-ортопедом, а задача владельца заключается лишь в выборе наилучшего из предложенных врачом способов как с экономической, так и с этической точки зрения.

**Список источников**

1. Слесаренко Н.А. Морфологическое обоснование применения аналога синовиальной жидкости у животных при остеоартрозе / Н.А. Слесаренко, Е.О. Широкова, В.В. Степанишин // Российский ветеринарный журнал, 2017, № 10, – с. 42-45. [Электронный ресурс] «КриберЛинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/morfologicheskoe-obosnovanie-primeneniya-analoga-sinoviainoy-zhidkosti-u-zhivotnyh-pri-osteoartrorze/viewer> (10.04.2023).
2. Сайт «Хилс». Продолжительность жизни собак // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hillspet.ru/dog-care/routine-care/life-expectancy-of-dogs> (10.04.2023).
3. Сайт «Еаптека». Артрогликан: инструкция по применению // [Электронный ресурс]. URL: [https://www.eapteka.ru/goods/id318366/?utm\\_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f](https://www.eapteka.ru/goods/id318366/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f) (10.04.2023).
4. Федеральная служба государственной статистики «Росстат» // Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в целом по экономике Российской Федерации в 1991-2023 гг от 19.04.2023 // [Электронный ресурс]. URL: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries) (10.04.2023).
5. Aldo Vezzoni , Luca Vezzoni , Silvia Boiocchi , Alda Miolo , Ian Gordon Holsworth. A Modification of the Cheli Craniolateral Approach for Minimally Invasive Treatment of Osteochondritis Dissecans of the Shoulder in Dogs: Description of the Technique and Outcome in 164 Cases. Vet Comp Orthop Traumatol 2021; 34(02): 130-136. DOI: 10.1055/s-0040-1719090.

6. Официальный сайт «Центр регенеративной ветеринарной медицины» // [Электронный ресурс]. URL: <https://vetstemcells.ru/> (10.04.2023).

7. Лисейкина О.В., Яковлева О.А. Использование маркетинговых мероприятий в ветеринарной практике. В сборнике: Актуальные проблемы ветеринарной медицины, зоотехнии, биотехнологии и экспертизы сырья и продуктов животного происхождения. Сборник трудов научно-практической конференции. Под общей редакцией С.В. Позябина, Л.А. Гнездиловой. Москва, 2022. С. 584-585.

© А. А. Жукова, О.В. Лисейкина, 2023

УДК 33

# СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**БАКЛАНОВА МАРИЯ БОРИСОВНА**аспирант  
Сургутский Государственный Университет

**Аннотация:** В течение уже нескольких десятилетий формируется концепция устойчивого развития, как ответ на глобальные проблемы человечества. В трудах многих ученых особое внимание уделяется экологической составляющей концепции, но гораздо меньше изучение получила социальная составляющая. В статье дана попытка рассмотреть социальную составляющую концепции устойчивого развития. Выделить основные проблемы социального характера и определить некоторые факторы, которые будут являться социальными драйверами устойчивого развития.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, составляющая устойчивого развития, экономическая, экологическая, социальная.

## THE SOCIAL COMPONENT IN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Baklanova Mariia Borisovna**

**Abstract:** For several decades, the concept of sustainable development has been formed as a response to the global problems of humanity. In the works of many scientists, special attention is paid to the ecological component of the concept, but the social component has received much less study. The article attempts to consider the social component of the concept of sustainable development. Identify the main problems of a social nature and identify some factors that will be social drivers of sustainable development.

**Key words:** sustainable development, component of sustainable development, economic, environmental, social.

Определяя будущее человечества, ученые выделяют множество сценариев развития: от всемирной катастрофы до утопической фантастики. Рассматривая эти сценарии, самым реалистичным и актуальным является концепция устойчивого развития (УР).

Интерес к этой концепции постоянно увеличивается, доказательством этого является образование специальных исследовательских структур как в международном значении, так и на уровне государств и отдельных крупных компаний. Дискуссии относительно устойчивого развития занимают ведущие места на форумах мирового масштаба.

Изучение концепции устойчивого развития позволит стимулировать экономическое развитие, повысить уровень жизни население и осуществить планы по сохранению окружающей среды, именно поэтому это вызывает интерес и является весьма актуальной темой в настоящее время.

Проблематику устойчивого развития стали впервые обсуждать в 1972 году во время представления доклада «Пределы роста» Римскому клубу, авторы которого пришли к выводу, что если современные тенденции роста численности населения, загрязнения природной среды, производства и истощения ресурсов будут продолжать расти, то мир подойдет к пределам этого роста, что повлечет неконтролируемое снижение численности населения и производства. Они считали, что эту тенденцию можно изменить и прийти к устойчивой в долгосрочной перспективе экономической и экологической стабильности[5, с. 10].

Определение понятия «устойчивое развитие» (англ. sustainable development) было предложено в

1987 году Всемирной комиссией по окружающей среде и развитию (World Commission on Environment and Development – WCED). Устойчивое развитие – это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои потребности. Оно включает в себя два ключевых понятия:

- понятие потребностей, в том числе потребностей, необходимых для существования беднейших слоев населения, которые должны быть предметом первостепенного решения;
- понятие ограничений, обусловленных состоянием технологии и организацией общества, накладываемых на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности.

Важнейшей частью исследования проблем устойчивого развития является объединение трех основных точек зрения: экономической, социальной и экологической. Теория трех составляющих УР была изложена в 2002 году в Йоханнесбурге на Всемирном форуме по устойчивому развитию [1, с. 5]. Эти точки зрения должны рассматриваться в согласии и сбалансированности между собой, а также должны предполагать проведение конкретных действий, которые в свою очередь будут являться средствами достижения целей УР.

Экономическая составляющая подразумевает рациональное использование ограниченных природных ресурсов и применение экологических природо-, энерго-, и материалосберегающих технологий, в том числе добычу и переработку сырья, создание экологичной продукции, минимизацию, переработку и уничтожение отходов.

Социальная составляющая устойчивости развития направлена на сохранение стабильности существующих социальных и культурных систем и уменьшение числа разрушительных конфликтов между людьми. Особую важность здесь играет честное распределение ресурсов, каждый человек должен точно знать, что может рассчитывать хотя бы на наименьший уровень жизни. Развитием социальной составляющей концепции УР стала идея соблюдения прав будущих поколений, поскольку природные ресурсы планеты являются общим наследием всего человечества, включая как ныне живущие, так и те поколения, которые придут потом.

С экологической точки зрения, устойчивое развитие должно обеспечивать целостность и жизнеспособность биологических и физических природных систем, прежде всего тех, от которых зависит глобальная стабильность всей биосферы. Понятие природных систем и ареалов обитания можно понимать достаточно широко, включая в них созданную человеком среду - например, города.

Традиционно акцент исследователи делают на экологической составляющей теории УР, в то время как социальные аспекты недостаточно изучены.

В научных источниках авторы дают широкие определения понятию «социальное устойчивое развитие», обобщая с понятиями «социальное развитие», «социальная устойчивость». Попытку интерпретировать понятие «социальное устойчивое развитие» сделал Э. Майер. Согласно его выводам, результативность социальной политики и систем социального обеспечения населения в целом нужно оценивать не только для сегодняшнего человека, но и в перспективе, учитывая ее влияние на будущее поколение. [4, с 667].

О.А. Канаева под социальной составляющей УР понимает развитие, направленное на рост благосостояния, достижение большей социальной справедливости, повышение качества человеческого и социального капитала и отвечающее принципам воспроизводимости, сбалансированности и вовлеченности [3, с 33].

В настоящее время к глобальным социальным проблемам причисляют: безработицу и нищету; нарастающее неравенство в доходах; глобализацию; перенаселение; массовую миграцию; высокий рост преступности; терроризм и борьбу с ним; борьбу с болезнями и наркоманией; уровень социального развития.

Перечисленные проблемы, риски которые они несут, и пути их решения рассматриваются на форумах международного значения. Одним из решений следует выделить отдельную группу факторов, которые будут являться социальными драйверами устойчивого развития, будут исполнять роль движущей силы:

- увеличение значения учебных заведений в вопросах формирования социально-ответственного

мышления, внедрения принципов социальной ответственности;

- изменение модели социальной политики, которая будет учитывать идеологию устойчивого развития;

- развитие социально ответственного мышления и потребления у всех субъектов хозяйственной деятельности, начиная от государства и заканчивая индивидами;

- увеличение в бизнес сфере компаний следующих системе корпоративной социальной ответственности (КСО).

Хочется особо отметить, что перечисленные процессы и явления представляют собой систему взаимосвязанных изменений, отражающих процесс повышения социальной ответственности всех участников хозяйственной деятельности: государства, бизнеса, граждан и общества в целом.

## Список источников

1. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию. Всемирный саммит по устойчивому развитию. Йоханнесбург. 2002. 6 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/pdf/decl\\_wssd.pdf](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/decl_wssd.pdf) (28.02.2023).

2. Корпоративный форум по устойчивому развитию «Рио+20»: обзор и результаты. Итоговый доклад. 2012. 50 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.iblfrussia.org/RioCorpSustForum\\_Outcome\\_RUS.pdf](http://www.iblfrussia.org/RioCorpSustForum_Outcome_RUS.pdf) (28.02.2023).

3. Канаева О. А. Социальные императивы устойчивого развития // Вестник С.-Петербур. ун-та. Серия 5. Экономика. 2018. Вып. 1. С. 26-58.

4. Meyer E. C. Social Aspects of Sustainability. Münster, January 2000. с. 655-668 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.researchgate.net/publication/340276311\\_Social\\_Aspects\\_of\\_Sustainability](https://www.researchgate.net/publication/340276311_Social_Aspects_of_Sustainability) (28.04.2023).

5. D.Meadows, J. Randers Limits to growth. The 30-year update, 2004. с. 363 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.peakoilindia.org/wp-content/uploads/2013/10/Limits-to-Growth-updated.pdf> (25.05.2023).

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ



УДК 321

# ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ФУНКЦИИ

**ФАН ТХИ НЬУАН**Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы  
(РУДН)

Москва, Российская Федерация

**Аннотация:** В классовом обществе политика есть отношения между классами и классами в получении, сохранении и осуществлении государственной власти. В статье автор упоминает такие операциональные элементы политической системы, как понятия, классификации и функции.

**Ключевые слова:** политическая система, классификация, функция, понятие политической системы, власть.

## POLITICAL SYSTEM: CONCEPT, CLASSIFICATION AND FUNCTIONS

**Phan Thi Nhuan**

**Abstract:** In a class society, politics is the relationship between classes and classes in obtaining, maintaining and exercising state power. In the article the author mentions such operational elements of the political system as concepts, classifications and functions.

**Keywords:** political system, classification, function, concept of political system, power.

### - *Концепция политической системы*

Концепция политической системы - это теоретическая модель, описывающая организацию и функционирование политической власти в определенном государстве или обществе. Она включает такие элементы, как структура государства, законы и правила, политические институты, механизмы принятия решений, политические партии и общественные организации, а также социальные и культурные факторы, влияющие на политический процесс. Концепция политической системы позволяет анализировать и понимать, каким образом происходит взаимодействие между государством и обществом, каким образом принимаются решения и как работ

Американский политолог Д. Истон, которого считают основоположником теории политической системы, в работах «The Political System», «A Framework for Political Analysis», «A Systems Analysis of Political Life», утверждает, что: «Политическая система подобна саморазвивающейся, саморегулирующейся машине, реагирующей на внешние воздействия. Эта система имеет «входы». Это место, где можно получить влияние, требования, поддержку и т.д... социальной среды и социокультурного окружения. А «выходами» являются политические решения и политические действия по реализации этих решений.

Политическая система общества определилась как сложный комплекс государственных институтов, политических партий, общественных организаций, в рамках которой происходит политическая жизнь общества и осуществляется государственная и общественная власть [1].

Французский политолог М.Дювержье так определяет политическую систему: «Политические структуры связаны с экономической структурой, уровнем развития, с идеологией и системой ценностей, с культурными традициями. Эта совокупность образует политическую систему каждой страны, систему, в которой различные элементы не отделены друг от друга» [2, с.115]

По мнению Л.П.Рассказова - политическую систему общества можно рассматривать в узком и широком смысле.

В первом случае (в узком смысле) под политической системой общества подразумевается совокупность институтов (государственных органов, политических партий, движений, профсоюзов, экономических структур и т.п.), в рамках которых проходит политическая жизнь общества и осуществляется политическая власть.

Такое понятие политической системы, по сути, тождественно понятию политической организации общества.

Во втором случае (в широком смысле) под политической системой следует понимать систему (сферу) всех политических явлений, которые существуют в обществе [4].

Понятие «политическая система» используется для анализа основных факторов, влияющих на принятие и реализацию политических решений в их совокупности, в соответствии с изменением внешней среды. Способность приспосабливаться к окружающей среде представляет собой жизнеспособность политической системы. Разные модели политических систем имеют разные способы функционирования и адаптации, поэтому всегда были важным объектом изучения как ученых, так и политических деятелей.

#### **- Классификация моделей политической системы**

Существует множество критериев, используемых для классификации моделей политической системы. Первая классификация использует критерий господствующей идеологии, которую можно разделить на социалистическую и капиталистическую модели.

Вторая классификация берет критерий того, как устроено государство (т.е. как децентрализация - кому и каким институтам на самом деле принадлежит власть). По этому критерию можно увидеть, что есть две группы стран: Группа 1: Небольшое количество политических систем, следующие модели концентрации власти, такие как социалистические страны, некоторые мусульманские страны (Иран, Объединенные Арабские Эмираты), военные хунты (Бангладеш, Пакистан и др.). Группа 2: Большинство других стран, в которых существует разделение государственной власти на: законодательную - исполнительную - судебную. Поскольку эта группа занимает большинство, можно увидеть, что 3 модели политической системы группы также можно рассматривать как 3 основные модели политической системы в мире, включая: парламентскую систему, президентскую систему и политическую систему.

Третья классификация учитывает количество политических партий, участвующих в политической системе (однопартийные или многопартийные).

#### **- Функции политической системы**

Функции политической системы в обобщенном виде проявляются в следующем:

1. Регулирование власти: Политическая система устанавливает правила и механизмы для распределения власти и контроля за ее использованием.

2. Обеспечение безопасности: Политическая система создает механизмы для защиты своих граждан и обеспечения национальной безопасности.

3. Регулирование экономики: Политическая система регулирует экономику страны и создает условия для развития бизнеса и промышленности.

4. Обеспечение социальной справедливости: Политическая система распределяет ресурсы и создает условия для обеспечения социальной справедливости.

В политической системе Вьетнама: Коммунистическая партия Вьетнама является авангардом рабочего класса и в то же время авангардом трудящихся и вьетнамской нации; верный представитель интересов рабочего класса, трудящихся и нации. Коммунистическая партия Вьетнама является правящей партией, руководящей государством и обществом. Государство Вьетнам – это социалистическое правовое государство людей, созданное людьми и для людей. Вся государственная власть принадлежит народу, основой которого является союз рабочего класса с крестьянством и интеллигенцией во главе с Коммунистической партией Вьетнама. Отечественный фронт Вьетнама и народные организации играют очень важную роль в деле великого национального единства в национальном строительстве и обороне; представлять и защищать законные и законные права и интересы народа, заботиться

об интересах членов и членов профсоюза; внедрять демократию и строить здоровое общество; участвовать в строительстве партии и государства; воспитывать революционные идеалы и нравы, гражданские права и обязанности, укреплять отношения между народом и партией и государством.

## Список источников

2. Бондарь Николай Николаевич, Политическая система: понятие, сущность, структура, функции // Текст научной статьи по специальности «Политологические науки», ОБЩЕСТВО И ПРАВО, 2012, № 5 (42) – С. 59-61.
3. Грицианский П.С. Политическая наука во Франции. Критические очерки. М., 1976. С.115
4. Истон Д. Категории системного анализа политики // Антология мировой политической мысли. В 5 т.Т.И. Зарубежная политическая мысль. XX в. Нац. общест.-науч. фонд. Акад. полит. науки; Руководитель проекта Г. Ю. Семигин и др. - М. : Мысль, 1997. - 830 с.
5. Рассказов Л. П. Теория государства и права: учебник для вузов. М.: РИОР, 2008. - С. 131-132.

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 81

# ЯЗЫК ЖЕСТОВ И ЕГО ИССЛЕДОВАНИЕ В ЛИНГВИСТИКЕ

**ГАДЖИЕВ ЮСИФ**студент группы БИТ-1ОЗИ221С,  
УУНИТ

**Аннотация:** Статья посвящена исследованию языка жестов в лингвистике. Рассматриваются вопросы культурных различий в интерпретации жестов, а также важность языка жестов в межкультурной коммуникации. Автор подчеркивает необходимость адаптации языка жестов под контекст и культуру собеседника.

**Ключевые слова:** язык жестов, лингвистика, межкультурная коммуникация, культурные различия, адаптация.

**Содержание :**

- I. Введение
- II. История исследования языка жестов
- III. Лингвистические аспекты языка жестов
- IV. Психологические аспекты языка жестов
- V. Культурные аспекты языка жестов
- VI. Использование языка жестов в практических целях
- VII. Основные проблемы связанные с языком жестов
- VIII. Заключение
- IX. Список использованной литературы

В современном мире язык жестов является одним из наиболее изучаемых объектов лингвистических исследований. Язык жестов – это система коммуникации, основанная на использовании мимических и жестовых выражений, которые заменяют или дополняют устную речь. Язык жестов имеет свои особенности, которые могут существенно отличаться от соответствующих явлений в устной речи, и он играет важную роль в общении людей, особенно тех, кто имеет слабый или отсутствующий слух и не может использовать устную речь.

В связи с этим, исследование языка жестов в лингвистике становится все более актуальным и необходимым. Это помогает лучше понимать механизмы формирования и использования языка жестов, развивать его как средство общения, а также применять его в разных областях, таких как образование, медицина, наука и т.д. Поэтому, цель настоящей статьи – представить обзор современных исследований языка жестов в лингвистике и рассмотреть их значимость и перспективы для дальнейшего развития языковых наук и смежных дисциплин.

Исследование языка жестов началось еще в 17 веке, когда исследователи обратили внимание на сходство знаков, которыми общаются глухонемые. Одним из первых исследователей языка жестов был аббат Шарль-Мишель де л'Эпе, который в 1700-х годах разработал грамматику языка жестов для обучения глухонемых людей. В 19 веке исследования языка жестов продолжались, и была разработана система блаженно Амброзия описывающая жесты азбукой, чтобы не говорящие люди могли понимать друг друга.

В 20 веке исследование языка жестов получило новый импульс с развитием лингвистики и культурологии. Были разработаны разные теории, которые определяли, как жесты переносят информацию

и как они связаны с культурой. Со временем, область исследований расширилась, и стали изучать язык жестов у животных, таких как опосумы, гориллы и дельфины. На сегодняшний день, в 21 веке, исследования языка жестов продолжают, и новые методы анализа и исследований помогают расширить понимание этого языка. Возникают новые направления исследований, такие как исследование связи между языком жестов и эмоциями, а также использование технологий для улучшения обучения людей языку жестов.

Язык жестов является одним из самых интересных исследовательских объектов в лингвистике, так как он позволяет нам понимать, как люди передают свои мысли и идеи без использования слов. В рамках исследования языка жестов рассматриваются его основные компоненты, такие как фонология, грамматика, семантика и лексика.

Фонологию языка жестов можно охарактеризовать как систему знаков, которые используются для передачи звукового образа слов. Она включает в себя понятия о корнях и аффиксах, изменении формы знаков в зависимости от контекста, а также о том, как знаки выстроены в силлабическую структуру.

Грамматика языка жестов, как и любая грамматика языка, определяет правила построения фраз и предложений, включая порядок слов, согласование, падеж и т.д. Она также обучает механизмам образования новых слов и выражений, используя уже известные знаки.

Семантика языка жестов – это вопрос о том, каким образом мы можем передавать значения слов и их отношения при помощи жестов. Она включает в себя изучение семантических полей, коннотации, прототипов и прочих психолингвистических конструкций.

Наконец, лексика языка жестов включает все знаки, которые используются для выражения конкретных мыслей и идей. Это могут быть как знаки для конкретных объектов, так и жесты для абстрактных понятий.

Язык жестов имеет важные психологические аспекты, связанные с когнитивными процессами и эмоциональной выразительностью. Когнитивные процессы в языке жестов включают в себя восприятие, обработку и интерпретацию информации, передаваемой через жесты, а также связывание ее с другими знаниями и опытом человека. Язык жестов также может использоваться для улучшения памяти и когнитивных способностей.

Эмоциональная выразительность в языке жестов позволяет передавать не только информацию, но и эмоциональную окраску. Это особенно важно при общении с людьми, которые не говорят на одном языке, так как жесты могут передавать эмоциональное отношение к ситуации, настроение, чувства и т.д.

Также язык жестов может быть использован для выражения идентичности и принадлежности к определенной группе, что в свою очередь может влиять на когнитивные и эмоциональные процессы. Например, жесты могут быть связаны с определенной культурой или под культурой, и использование этих жестов может создавать чувство принадлежности к этой культуре или под культуре.

В современном мире язык жестов стал неотъемлемой частью коммуникации между людьми. Однако, как и любой язык, он несет в себе определенные культурные особенности, которые могут быть непонятны или даже оскорбительны для представителей других культур. В данной статье мы рассмотрим культурные аспекты языка жестов, включая различия в интерпретации жестов в разных культурах.

Существует множество языков жестов, развивавшихся в разных культурах по всему миру. Некоторые из них, такие как американский язык жестов, стали международными и используются для коммуникации между людьми из разных стран. Однако, даже в таких случаях культурные различия могут оказаться решающими в интерпретации жестов.

Культурные различия в интерпретации жестов могут проявляться в разных аспектах, включая жесты, которые считаются уважительными или оскорбительными, жесты, которые выражают эмоции или отношение к собеседнику, и даже жесты, которые используются для обозначения конкретных понятий или предметов. Например, в некоторых культурах многозначительный жест «круговыми движениями пальцев вокруг виска» может обозначать «умный» или «гений», в то время как в других культурах он может быть считаться оскорбительным и грубым.

Развитие языковых навыков является ключевым аспектом эффективной межкультурной комму-

никации. Использование языка жестов давно признано как способ общения для тех, кто имеет проблемы со слухом. Однако, это также полезный инструмент в повседневной жизни, особенно при работе с группами с разнообразными культурными бэкграундами. Учитывая это, язык жестов начинают вводить в учебные планы школ и университетов по всему миру. Это позволяет учащимся развивать способности к межкультурной коммуникации и улучшать взаимопонимание. Кроме того, использование языка жестов может значительно упростить работу со слабо слышащими и глухими людьми. В современном мире, где культурные границы становятся всё менее различимыми, язык жестов становится все более необходимым навыком для всех, кто хочет добиться успеха в межкультурной коммуникации.

Несмотря на все инновации в области невербальных способов общения, до сих пор остаются нерешёнными некоторые проблемы, вот некоторые из них:

1. Культурные различия в интерпретации жестов. Жесты могут иметь различные значения в разных культурах. Некоторые жесты, которые в одной культуре считаются дружелюбными или нейтральными, в другой могут быть восприняты как оскорбительные или агрессивные.

2. Неоднозначность жестов. Некоторые жесты могут иметь несколько значений, в зависимости от контекста, интонации и других факторов. Это может привести к недопониманию и конфликтам.

3. Отсутствие стандартизации. Язык жестов не является стандартизированным, и жесты могут иметь разные значения в разных регионах одной и той же культуры.

4. Низкая осведомленность людей о языке жестов. Многие люди не знают, как правильно использовать жесты, и могут неправильно интерпретировать жесты других людей.

5. Ограниченный набор жестов. Язык жестов имеет ограниченный набор жестов, что может быть недостаточным для передачи сложных сообщений.

6. Ограниченная возможность использования языка жестов в коммуникации на расстоянии. Жесты могут быть неэффективными в коммуникации на расстоянии, что ограничивает использование языка жестов в некоторых ситуациях.

Решение этих проблем может быть связано с проведением исследований культурных особенностей и интерпретации жестов в разных культурах, обучением людей использованию жестов, а также созданием стандартизированных наборов жестов для различных целей.

В заключении можно отметить, что язык жестов является важным аспектом коммуникации между людьми, особенно в современном мире, где межкультурное взаимодействие становится все более пространственным. Исследование языка жестов в лингвистике позволяет более глубоко понять культурные особенности и различия в интерпретации жестов, что, в свою очередь, помогает предотвратить недопонимания и конфликты между людьми из разных культур. Однако, необходимо помнить, что язык жестов не является универсальным и может иметь различия в интерпретации в зависимости от культурных контекстов. Поэтому, при использовании языка жестов в межкультурной коммуникации, необходимо учитывать культурные различия и адаптировать свой язык жестов под контекст и культуру собеседника.

#### Список источников

1. Бурдина, Е. В. (2014). Антропологический подход в исследовании жестов. Вестник Тюменского государственного университета, 7(3), 10-16.

2. Гасанова, Л. А. (2012). Язык жестов как объект лингвистического анализа. Вестник Оренбургского государственного университета, 4(144), 120-123.

3. Карташова, Т. И. (2011). Язык жестов и его роль в общении людей с ограниченными возможностями здоровья. Вестник Омского университета. Серия «Филология», 1(32), 79-83.

4. Курбатова, Е. Ю. (2015). Жестовый язык как система коммуникации. Молодой ученый, 2(83), 103-106.

16+

**НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ**

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН:  
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 5 июня 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 6.06.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 12,2

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)