

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



ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

**СБОРНИК СТАТЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 25 НОЯБРЯ 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, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 122 с.

ISBN 978-5-00236-086-4

Настоящий сборник составлен по материалам Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**», состоявшейся 25 ноября 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 978-5-00236-086-4

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
Орбец Владимир Александрович – доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна – доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич – кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович – доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна – доктор психологических наук, доцент
Удут Владимир Васильевич – доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна – доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович – кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна – доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна – кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	7
ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ТЕОРИИ «ГОСУДАРСТВА-ОСЕДЛОГО БАНДИТА» ОЛСОНА И МАКГИРА НИКОЛАЕВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	8
МЕНЕДЖМЕНТ	11
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕТОДОВ МЕНЕДЖМЕНТА АФОНИНА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА, ВАСЕЧКО АКСИНЯ РОМАНОВНА, КРАЕВ НИКИТА АЛЕКСАНДРОВИЧ	12
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ: ЧЕК-ЛИСТ УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ ГЛАЗУНОВ КОНСТАНТИН ЮРЬЕВИЧ, КУРОЧКИНА ВАЛЕРИЯ АЛЕКСЕЕВНА.....	16
МАРКЕТИНГ	19
KOL И КОС – НОВЫЕ ПРОФЕССИИ МИРА НГУЕН ЗУИ ФОНГ.....	20
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ «ДИКСИ» ВАСИЛЬКОВА УЛЬЯНА МИХАЙЛОВНА, КУИМОВА МАРИЯ ЛЕОНИДОВНА	24
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	28
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В РОССИИ ЖУРАВЛЕВА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА, АДЖИЕВА АННА ЮРЬЕВНА	29
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ	33
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ФИНАНСИРУЕМОГО ВЫКУПА БАЛАКИН ИЛЬЯ АНДРЕЕВИЧ.....	34
НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	38
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ТРАНСПОРТНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ ИВАНОВА РИММА ВЛАДИМИРОВНА, ХЕН НЕЛЛИ ЭДУАРДОВНА.....	39
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	45
RESEARCH ON THE INTEGRATION OF CHINA'S DIGITAL ECONOMY AND THE REAL ECONOMY LI WENJUAN, ZHANG PANPAN	46
THE IMPORTANCE OF THE SCO FOR COUNTRIES GREATER MEDITERRANEAN SHPORTKO D. M.....	51

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	55
ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЭКОНОМИКИ В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ ПАРШЕВНИКОВА ЕЛИЗАВЕТА ВАЛЕРЬЕВНА	56
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	60
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ КОРОБЧИНСКАЯ КРИСТИНА НИКОЛАЕВНА, ЕНИНА ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	61
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ЯНКОВСКАЯ ДИНА ГЕННАДЬЕВНА, КОМАРОВА ДАРЬЯ ПЕТРОВНА	65
КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	69
ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА САЛОНА КРАСОТЫ КИРИЛЛИНА ТУЙАРА ВАСИЛЬЕВНА	70
ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	73
ИНТЕРНЕТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БЫТОВЫХ УСЛУГ СТЕПАНОВА ДИАНА НИКОЛАЕВНА	74
ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ СЕРВИСА СИДОРОВА РОЗА КОНСТАНТИНОВНА.....	77
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: КАК ESG-ФАКТОРЫ МЕНЯЮТ БИЗНЕС-ПОДХОД В РОССИИ ТРЕМБАЧ КСЕНИЯ ИВАНОВНА, БАУКИН АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ	81
ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ КАРАПЕТЯН ДАВИД АЙКОВИЧ	84
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА МОЧКАРСКАЯ АНАСТАСИЯ ВИТАЛЬЕВНА	87
СТРАТЕГИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОАО «РЖД» ЗАКОЛЮКИНА УЛЬЯНА ОЛЕГОВНА, ДАВЫДОВА АНАСТАСИЯ ПАВЛОВНА, РАЧЕК СВЕТЛАНА ВИТАЛЬЕВНА	90
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	92
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПАЛИЦЫНА ЕКАТЕРИНА РОМАНОВНА.....	93
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	97
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ФОРРЕСТЕР СНЕЖАНА ВЛАДИМИРОВНА, ПАТРИНА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА, АКИРОВ РАШИТ САЙФЕТДИНОВИЧ.....	98

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ АВДЕЕВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА	103
СПОСОБЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ ЖИЛЕНКО АЛИНА ИГОРЕВНА	106
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЯДИЩЕВ МАТВЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ	109
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ	112
ОБМЕН И ПРОИЗВОДСТВО: СУЩНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ИСТОРИЧЕСКОЙ ДИНАМИКЕ НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ	113
ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРИМЕРЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ПО УПРАВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ В ГОРОДЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ДРОБЫШЕВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА	118

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.8

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ТЕОРИИ «ГОСУДАРСТВА-ОСЕДЛОГО БАНДИТА» ОЛСОНА И МАКГИРА

НИКОЛАЕВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»

*Научный руководитель: Тукова Екатерина Александровна
старший преподаватель кафедры «Мировая экономика и логистика»
ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»*

Аннотация: в данной статье была рассмотрена теория «государства-оседлого бандита» Олсона и Макгира как эксплуататорская модель государства, ее основные положения, цель, роль, положительные и отрицательные стороны ее применения для общества и экономики государства.

Ключевые слова: государство, теория государства, оседлый бандит, эксплуататорское государство, монополия власти.

THE MAIN POINTS OF THE "STATIONARY BANDIT STATE" THEORY OF OLSON AND MCGUIRE

Nikolaeva Yulia Alexandrovna*Scientific adviser: Tukova Ekaterina Alexandrovna*

Abstract: this paper examined Olson and McGuire's theory of the "settled bandit state" as an exploitative model of the state, its main points, purpose, role, positive and negative aspects of its application to the society and economy of the state

Key words: state, theory of the state, stationary bandit, exploitative state, monopoly power.

В настоящее время в мире существует около двух сотен государств с различными правовыми системами и особенностями государственного управления. Однако наука стремится найти и обосновать общие черты их развития, выявить исторические условия формирования аппарата управления обществом, роль и значение права в этом процессе [1, с. 14].

В неоинституциональной теории существуют три основные теории государства [2, с. 132]:

- эксплуататорская теория (теория «оседлого бандита» М. Олсона и М. Макгира);
- контрактная теория (теория «общественного выбора» Дж. Бьюкенена);
- теория Д. Норта («синтетическая теория»).

Государство возникает тогда, когда на определенной территории формируется организованная власть, обладающая монополией на применение силы, управляющая общественными отношениями и обеспечивающая соблюдение законов. Обычно процесс формирования государства связан с образованием политических и социальных институтов, развитием правовой системы, а также утверждением своей территориальной независимости.

Данное обстоятельство – сравнительное преимущество государства в осуществлении насилия –

является основой социального контракта между правительством и его гражданами, в рамках которого осуществляется обмен дохода на различного рода услуги, предоставляемые государством (например, безопасность).

Эксплуататорское государство – это такое государство, которое использует свою власть и ресурсы для обогащения определенной группы людей, контролирующей госаппарат, за счет ущемления интересов других слоев населения. Главной целью эксплуататорского государства является максимизация "ренды правителя", которую государство использует для укрепления своей власти или личной выгоды, даже если это достигается в ущерб благосостоянию общества в целом [3, с. 238].

Теория Мансура Олсона и Мартина Макгира основывается на предположении о том, что государство является неким видом "бандитской" структуры, которая использует свою власть для эксплуатации и контроля населения.

Одной из ключевых идей теории является то, что государство обладает монополией на применение силы и налагание налогов, однако в своих поборах "знает меру". Это позволяет ему осуществлять контроль над ресурсами общества и использовать его для своих интересов. В то же время, отсутствие конкуренции в этой сфере позволяет государству действовать безнаказанно [4, с. 210-211]. Выводы Олсона и Макгира относительно причин возникновения такого государства основывались на представлении о человеческой природе, согласно которому население подчиняется власти государства ради своей безопасности и защиты от других бандитских структур, например, бандитов-гастролеров.

Если бандит-гастролер хочет увеличить свою прибыль в краткосрочной перспективе, то есть собрать максимальное количество средств с населения здесь и сейчас, то поборы оседлого бандита носят характер урегулированного налогообложения. Поэтому он будет заботиться о том, чтобы люди получали побудительный мотив к производству, который отсутствовал у них, когда их дочиста обирал бандит-гастролер [5, с.189].

Мотивация населения контролируемой территории к производству – основная задача оседлого бандита. Оседлый бандит в виде налогов забирает лишь часть доходов, что заставляет население работать еще для увеличения своего материального состояния. При этом налогоплательщику заранее известна вся величина взимаемого с него налога, поэтому информация о том, что излишек дохода над налогами он сможет оставить себе, становится дополнительным стимулом к производительной деятельности [6, с. 202].

Государственные лидеры будут стремиться контролировать все аспекты жизни общества, чтобы минимизировать возможность появления оппозиции или альтернативных центров власти, для защиты богатства своих подданных, и соответственно не допускать риск уменьшения своего собственного благосостояния. Данный феномен известен как "первое благословение невидимой руки", согласно которой индивидуальные экономические действия, направленные на достижение собственной выгоды, в конечном итоге приводят к благополучию общества в целом. [5, с. 190].

Однако, существование государства-оседлого бандита может также создавать проблемы для экономического развития и индивидуальных свобод членов общества. Этот вид государства может угнетать права человека и ограничивать свободу предпринимательства, сохраняя и укрепляя свою власть путем поддержания монополии на насилие.

На практике, государство-оседлый бандит, как и другие формы авторитарных или коррумпированных правительств, оказывает существенное отрицательное влияние на социально-экономическое развитие. Вот некоторые из возможных негативных последствий:

1. Коррупция и недоверие: присутствие коррупции и пренебрежение законом порождают недоверие и отсутствие инвестиций в различные проекты. Бизнес и жители могут столкнуться с вымогательством, взятками и другими формами коррупции.

2. Отсутствие правового порядка: нарушение законности и отсутствие независимой судебной системы могут привести к непредсказуемости, что отпугивает как местных, так и иностранных инвесторов.

3. Неравенство: элита, контролирующая государственные ресурсы, обогащается за счёт эксплуатации населения, что ведёт к социальному неравенству и бедности для большинства населения.

4. Ограниченные экономические возможности: государство-оседлый бандит может регулировать и ограничивать экономическую деятельность, что препятствует росту бизнеса и созданию новых рабочих мест.

5. Отсутствие инноваций и развития: недемократичное управление, цензура и другие ограничения могут препятствовать свободному обмену идеями, инновациям и развитию образования и культуры.

Теория эксплуататорского государства противоположна идеологии классической школы, которая видит роль государства в создании условий для максимизации общественного продукта. Эффективность или неэффективность государства определяются по данному критерию. Модель эксплуататорского государства считается – неэффективной, в отличие от контрактной.

В заключение, теория государства-оседлого бандита Ольсона и Макира представляет собой инновационный подход к изучению политической экономии. Она основывается на предположении о том, что государство является своего рода "бандитской" структурой, которая использует свою власть для эксплуатации общества. Эта теория позволяет лучше понять механизмы функционирования государства и может служить основой для разработки эффективных стратегий управления.

Список источников

1. Абакумова Е.Б. Доктринальные и современные взгляды на вопрос о происхождении государства и права // Юридический вестник Дагестанского государственного университета. 2022. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doktrinalnye-i-sovremennye-vzglyady-na-vopros-o-proishozhdenii-gosudarstva-i-prava> (дата обращения: 19.11.2023).

2. Левин С. Н. Институциональная экономика : учебное пособие / С. Н. Левин, А. А. Сурцева. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 194 с.

3. Чирун С. Н. Новейшие направления современной политологии : учебное пособие / составитель С. Н. Чирун. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 293 с.

4. Мещеряков Д. А. Институциональная экономика : учебное пособие / Д. А. Мещеряков. — 2-е изд. — Воронеж : ВИЭСУ, 2020. — 240 с.

5. Ревина Е. В. Институциональная экономика : курс лекций / Е. В. Ревина. — Екатеринбург : УрГУПС, 2023. – URL: <https://bb.usurt.ru/> (дата обращения: 22.11.23).

6. Малкина М. Ю. Институциональная экономика : учебное пособие / М. Ю. Малкина, Т. П. Логинова, Е. В. Лядова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2015. — 258 с.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 331.1

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕТОДОВ МЕНЕДЖМЕНТА

АФОНИНА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА,
ВАСЕЧКО АКСИНЯ РОМАНОВНА,
КРАЕВ НИКИТА АЛЕКСАНДРОВИЧ

студенты

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: в последнее время в мире наблюдается широкое применение цифровизации и автоматизации в сфере бизнеса с целью увеличения прибыли и расширения возможностей. С учетом современных тенденций, важно грамотное использование методов стратегического управления человеческими ресурсами. В данной статье рассмотрено понятие стратегического менеджмента в условиях цифровизации, а также приведены факторы, влияющие на степень эффективности и успешности внедрения современных технологий в бизнес-процессы.

Ключевые слова: цифровизация, стратегический менеджмент, управление человеческими ресурсами.

STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF
DIGITALIZATION OF MANAGEMENT METHODS

Afonina Polina Sergeevna,
Vasechko Aksinya Romanovna,
Kraev Nikita Aleksandrovich

Abstract: Nowadays, the world has witnessed the widespread use of digitalization and automation in business to increase profits and opportunities. Given the current trends, it is important to competently utilize methods of strategic human resource management. This article considers the concept of strategic management in the conditions of digitalization, as well as the factors affecting the degree of effectiveness and success of the implementation of modern technologies in business processes.

Key words: digitalization, strategic management, human resource management.

В последние годы информационные технологии оказали значительное воздействие на процессы управления человеческими ресурсами. Несмотря на это относительно мало исследований было посвящено оценке их эффективности.

Основные цели управления человеческими ресурсами в организациях заключаются в привлечении, отборе, мотивации и удержании талантливых сотрудников. Эти цели стали очень важными в последние годы, поскольку компании в большей мере конкурируют на основе навыков и компетенций своих сотрудников.

Хэл Розенблут, владелец крупного туристического агентства сказал: «Ваш бизнес – это ваши со-

трудники!», поэтому только от существующих кадров зависит выполнение поставленных целей и осуществление стратегических планов. Персонал — это лицо и драйвер движения компании.

В свою очередь оценка эффективности методов управления человеческими ресурсами играет ключевую роль в современных организациях. Учитывая стремительное развитие технологий и тенденции цифровой трансформации, появились цифровые платформы управления человеческими ресурсами. Такие платформы применяются в качестве цифровых инструментов для повышения эффективности организации, улучшения опыта их сотрудников и достижения стратегических целей. Однако существующие системы управления имеют ряд серьезных недостатков. К ним можно отнести отсутствие персонализации и неэффективные методы распространения информации.

Цифровые технологии являются неотъемлемой частью жизни человека. Их применяют для общения, покупки товаров, поиска информации и решения различных задач. Вместе с тем роль цифровых технологий не ограничивается повседневной жизнью. Цифровые технологии важны и для предприятий.

Особое значение для компаний имеют цифровые технологии в стратегическом менеджменте. Цифровизация бизнес-процессов позволяет эффективно управлять в условиях постоянных изменений внешней среды. Новые методы анализа данных и прогнозирования позволяют проводить более точные расчеты и принимать более качественные решения.

Стратегическое управление является одним из ключевых аспектов эффективно функционирующего предприятия. Стратегический менеджмент включает в себя ряд методов и стратегий, используемых для управления всем бизнесом, в том числе планирование, анализ, разработку и реализацию.

Согласно определению профессора Майкла Портера, одного из наиболее известных специалистов в области стратегического управления, стратегическое управление — это процесс определения и достижения долгосрочных плановых целей компании путем анализа внутренних и внешних факторов, формирования стратегий и принятия решений [1, с. 84].

Другие авторы считают, что стратегическое управление — это процесс, в ходе которого компания определяет свою миссию, цели и строит стратегии для достижения этих целей [2, с. 217]. В любом случае определение термина «стратегический менеджмент» затрагивает вопрос управления предприятием в целом, решения ключевых стратегических задач, определения целей и путей их достижения, учета внешних и внутренних факторов, анализа конкурентной среды и формирования преимуществ перед конкурентами.

Цифровые технологии — это широкое понятие, включающее в себя широкий спектр технологических решений, охватывающих все стороны жизни человека и производства. Они способствуют повышению уровня развития общества, экономики и качества жизни людей.

Важнейшим элементом цифровизации является автоматизация бизнес-процессов. ERP (Enterprise Resource Planning) системы, CRM (Customer Relationship Management) системы и многие другие технологии позволяют автоматизировать многие бизнес-процессы и повысить эффективность управления компанией.

Еще одна важная роль цифровых технологий - управление рисками. Современный анализ данных позволяет выявлять потенциальные риски и прогнозировать возможные последствия, что позволяет оперативно устранять угрозы и принимать контрмеры. Кроме того, цифровые технологии позволяют оптимизировать производственные процессы и снизить затраты за счет автоматизации и роботизации. Таким образом, компании могут повысить свою рентабельность и укрепить позиции на рынке [2, с. 217].

Цифровые инструменты управления персоналом играют важную роль и в стратегическом управлении компаниями. Они позволяют эффективно организовать работу сотрудников, оптимизировать трудовые затраты и повысить производительность труда. Наконец, цифровые технологии позволяют компаниям изучать свои рынки конкурентов, оценивать потенциальные риски и принимать более эффективные решения. Анализируя эту информацию, можно выявить сильные и слабые стороны конкурентов и собрать все организационные и отраслевые данные, которые помогут улучшить стратегию компании [3, с. 8].

Таким образом, цифровые технологии становятся неотъемлемой частью стратегического управления бизнесом. Цифровые технологии позволяют снизить затраты на ведение бизнеса, повысить ка-

чество продукции и услуг, улучшить управление и конкурентоспособность. Поэтому компаниям целесообразно постоянно совершенствовать свои технологии и использовать их при организации стратегического управления.

Цифровая трансформация бизнес-процессов является одной из главных тенденций в экономике. Результатами адаптации и интеграции современных технологий в менеджменте становятся оптимизация управленческих решений, экономия времени на рутинные дела, которые стало возможно заменить автоматизацией и, тем самым, использовать время для решения стратегически более важных задач [4, с. 1003]. Вместе с этим, ряд исследований также обозначил негативные последствия от цифровой трансформации в компаниях. Среди них выделяют усиление предвзятости за счет потери коммуникации, а также увеличение дискриминации [5, с. 15].

Подобное противоречие в результатах внедрения цифровизации в менеджмент приводит к необходимости определения факторов, влияющих на её эффективность, а также формирования требований для адаптации современных инструментов. Следует заметить, что для каждой компания должна выявить уникальные для себя факторы, которые могут быть как стимулирующими, то есть способствующими успеху интеграции современных технологий в бизнес-процессы, так и сдерживающими, замедляющими и усложняющими использование цифровых инструментов [6, с. 13].

Согласно проведенным исследованиям, одним из главных факторов является наличие необходимых навыков и квалификации у сотрудников, позволяющей им использовать современные технологии [7, с. 199]. Выделяют также взаимодействие между сотрудниками, как важный фактор во внедрении каких-либо изменений в бизнес-процессы. С появлением цифровых инструментов коммуникации и оценки результатов традиционная манера коммуникации отходит на второй план, что приводит к стиранию межличностных отношений. Вместе с тем, для сотрудников должны быть понятны цели цифровизации и автоматизации. Для получения наибольшей эффективности от их внедрения, компании необходимо проработать с работниками все возможные вопросы, а также учитывать полученную от них обратную связь.

Гибкость компании и возможность адаптироваться к современным условиям также выделяется как фактор, способный повлиять на эффективность применения цифровых моделей в менеджменте. Автоматизация и современные инструменты способны не только упростить многие задачи, но также стать основой для модификации способов работы и моделей поведения. При построении стратегического управления человеческими ресурсами важно иметь возможность отойти от устоявшихся моделей и заменить их более подходящими в рамках используемых технологий производства, тем самым расширив возможности для сотрудников.

Еще одним фактором выделяют понимание у компании дальнейших цифровой трансформации бизнес-процессов и наличие грамотно построенной стратегии цифровизации, включающей в себя не только ряд мероприятий, направленных на повышение вовлеченности и осведомленности о целях трансформации процессов, но и структурированный план действий, необходимы компании на ее уровне цифровой трансформации [8, с. 139].

Список источников

1. Маленков, Ю.А. Возможности применения цифровых технологий в стратегическом планировании и прогнозировании устойчивого развития организаций // Молодой ученый. – 2021 – № 14 (356). – С. 84–89.
2. Маркова, В.Д., Кузнецова С.А. Развитие стратегического менеджмента в цифровой экономике // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019 – № 48 – С. 217– 232.
3. Арланова, А.А., Аманов Э. Роль цифровых технологий в формировании современного бизнеса // Вестник науки. – 2023 – vol. 4, № 2 (59). – С. 8–11.
4. Wang, L., Zhou, Y., Zheng, G.: Linking digital HRM practices with HRM effectiveness: the moderate role of HRM capability maturity from the adaptive structuration perspective. *Sustain.* 14, 1003 (2022).

5. Tambe, P.; Cappelli, P.; Yakubovich, V. Artificial intelligence in human resources management: Challenges and a path forward. *Calif. Manag. Rev.* 2019, 61, 15–42.
6. Ахмедова М. А. Факторы цифровизации экономики и их воздействие на процесс цифровой трансформации // *Экономика и управление народным хозяйством (Региональная экономика)*. – 2022. – С.13–20
7. Шишмаков К. Факторы успешной цифровой трансформации бизнеса // *Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст*. – 2021. – С. 199– 207
8. Ширинкина Е.В. Факторы, влияющие на уровень цифровизации предприятий // *Труды Международного симпозиума «Надежность и качество»*. – 2020. – С. 139 – 141

© Н.А. Краев, П.С. Афолина, А.Р. Васечко, 2023

УДК 005

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ: ЧЕК-ЛИСТ УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

ГЛАЗУНОВ КОНСТАНТИН ЮРЬЕВИЧ,
КУРОЧКИНА ВАЛЕРИЯ АЛЕКСЕЕВНА

магистранты

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Аннотация: статья посвящена теоретическим вопросам управления проектами на предприятиях. В ходе литературного анализа были выявлены основные и наиболее актуальные тенденции в области менеджмента, результаты исследования представлены в виде чек-листа, позволяющего руководителям систематизировать работу и повысить ее эффективность.

Ключевые слова: управление проектами, менеджмент, проектный менеджмент, повышение эффективности, чек-лист

PROJECT MANAGEMENT AT ENTERPRISES: CHECKLIST OF A SUCCESSFUL MANAGER

Glazunov Konstantin Yurievich,
Kurochkina Valeria Alekseevna

Abstract: the article is dedicated to the theoretical issues of project management at business enterprises. During the literary analysis, the main and most relevant trends in the field of management were identified, the results of the study are presented in the form of a checklist that allows managers to systematize work and improve its effectiveness.

Key words: project management, management, project control, efficiency improvement, checklist.

Менеджмент проектов всегда основывается на использовании наиболее современных научных знаний, практическое применение которых позволяет повысить производительность предприятия. Самым эффективным и доступным способом выявления актуальных тенденций в области менеджмента является литературный анализ, занимающий ключевую роль в нашем исследовании.

Наиболее важным и актуальным во все времена принципом проектного управления является соблюдение этапности. В ходе работы менеджеру следует разделять требуемый объем работ на этапы, тщательно следить за качественным выполнением каждого шага и не преступать к следующему без полного выполнения предыдущего. Недостаточное внимание руководителей к процессу разработки стратегии развития и ее регламентации является одной из проблем, препятствующих улучшению проектного управления в России [1, с. 97].

Современные условия функционирования предприятия предполагают изменчивость внешней среды на фоне динамичного развития IT-технологий и других информационных систем, это ведет к фундаментальным изменениям в управленческой среде. Цифровизация предоставляет новые возможности для увеличения потенциала компании, которые призваны усовершенствовать процесс принятия управленческих решений [2, с. 4747]. Многие исследования посвящены анализу различного программного обеспечения, позволяющего оптимизировать управление проектами на производстве, использо-

вание которого позитивно отразится на работе компании.

К тому же частым является наличие многочисленных разрозненных систем и программ на производстве, поэтому примером успешной цифровизации проектного управления также может служить использование системы, объединяющей разрозненные программы – благодаря этому у менеджера появляется возможность контроля всех параметров одновременно [3, с. 80].

Высокую важность имеет подбор квалифицированной команды и создание благоприятной среды для работы. Менеджер должен уметь разрешать конфликты, знать психологию людей и человеческий фактор, чтобы выработать мотивационную стратегию и разрешать возможные межличностные конфликты.

Как отмечают исследователи, человеческие отношения являются компонентом, обеспечивающим работу на всех уровнях организации, поэтому, когда отношения между отдельными лицами и отделами натянуты или нарушены, оптимальная производительность не достигается [4, с. 5].

Что касается подготовки и подбора квалифицированного персонала, менеджеру стоит ориентироваться в ведущих высших учебных заведениях по приоритетным для конкретной организации программам, т. к. это позволит подобрать наиболее подходящий по квалификации персонал.

Также стоит рассмотреть возможность разработки программ целевого обучения совместно с высшими учебными заведениями, тем более существует вероятность появления в скором будущем площадки для удобного поиска абитуриентов – заместителем Председателя Госдумы Ириной Яровой была предложена соответствующая идея [5].

Поддержка научных исследований, решающих конкретные проблемы компании, также является перспективным направлением развития. Такие проекты требуют значительных инвестиций и повышенного внимания к управлению ими, однако при успехе приносят большую пользу предприятию [6, с. 41].

В случае значительных объемов производственных зданий, помещений и других технологических объектов введение типовых проектных решений благоприятно отображается на снижении затрат на проектирование, а также упрощает существующую систему. Так типовое проектирование является важным элементом в развитии нефтегазовой отрасли - оно позволяет унифицировать требования к материалам, оборудованию и типизировать отдельные технологические процессы [7, с. 57].

Результаты исследования представлены в виде чек-листа, позволяющего руководителям проанализировать свою деятельность: чем больше пунктов реализовано в ходе управления, тем оно эффективнее:

- в производственной деятельности соблюдается этапность;
- применяются цифровые технологии при управлении проектами;
- менеджер использует теорию психологии в ходе работы;
- подбор квалифицированной команды осуществляется еще на уровне высших учебных заведений;
- на производстве реализована работа с научными исследованиями;
- используется типовое проектирование.

Таким образом, корректный и грамотный менеджмент, учитывающий современные тенденции и научные исследования, станет для руководителей основным инструментом достижения успеха.

Список источников

1. Сгибнева Е. С. Проектное управление как инструмент развития бизнеса: теоретически обзор и анализ практики российских компаний // В сборнике: Мой выбор–наука. Сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса, Петрозаводск. – 2022. – Т. 24. – С. 91–102.
2. Калязина Е. Г. Цифровой менеджмент в управлении проектами // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 12. – С. 4747–4766.
3. Дубинина Н. А. Применение информационных технологий в управлении проектами нефтегазового комплекса / Н. А. Дубинина, Д. В. Винярский // Инновационное развитие регионов: потенциал науки и современного образования: Материалы III Национальной научно-практической конференции,

Астрахань, 07 февраля 2020 года / Под общей редакцией Т.В. Золиной. – Астрахань: Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, 2020. – С. 80–84.

4. Головцова И. Г. Оценка качества менеджмента организации: обзор зарубежной научной литература [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-menedzhmenta-organizatsii-obzor-zarubezhnoy-nauchnoy-literatury> (19.11.2023).

5. В России создают новую прозрачную и более эффективную систему по целевому обучению в университетах комментарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/64737/> (19.11.2023).

6. Боярских, Н. Г. Специфика управления проектами НИОКР в нефтегазовой отрасли / Н. Г. Боярских, Я. В. Савченко // Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века: Материалы VII Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 29 октября 2019 года / Ответственные за выпуск Е.Б. Дворядкина, Л.М. Капустина. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2019. – С. 41–43.

7. Кравченко, А. Н. Управление стоимостью проектов через типизацию отдельных процессов // А. Н. Кравченко, О. В. Салимов // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2022. – №4 (62). – С. 57.

МАРКЕТИНГ

УДК 33

KOL И КОС — НОВЫЕ ПРОФЕССИИ МИРА

НГУЕН ЗУИ ФОНГ

студент

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Аннотация: в условиях непрерывного взрыва и трансформации социальных сетей, благодаря привлекательности аутентичности и близости, KOL (Key Opinion Leader) и КОС (Key Opinion Consumer) стали популярными маркетинговыми каналами для популярных брендов. Эти две совершенно новые концепции кажутся похожими, но они служат разным маркетинговым целям для каждого бизнеса в зависимости от его характеристик.

Ключевые слова: Tiktok, KOL, КОС, маркетинг, продукт, бренд, тенденция.

KOL AND КОС - NEW PROFESSIONS OF THE WORLD

Nguyen Duy Phong

Abstract: in the continuous explosion and transformation of social networks, with the appeal of authenticity and intimacy, KOL (Key Opinion Leader) and КОС (Key Opinion Consumer) have become popular marketing channels for popular brands. These two completely new concepts seem similar, but they serve different marketing purposes for each business depending on its characteristics.

Key words: Tiktok, KOL, КОС, marketing, product, brand, trend.

Как мы знаем, TikTok — это новая социальная сеть, которая появилась всего несколько лет назад, но произвела эффект разорвавшейся бомбы и привлекла большое количество пользователей, а также стала благодатной почвой для создателей контента. По данным Influencer Marketing Hub, к 2022 году на рынке создания контента будет участвовать более 50 миллионов авторов по всему миру. Доходы и прибыль этих людей на платформах, которые они используют, составляют около 104 миллиардов долларов США. Отсюда родились новые термины, относящиеся к этим профессиям, первым из которых стал KOL.

Термин KOL (Key Opinion Leader), грубо понимаемый как люди, обладающие опытом в определенной области, известные многим людям тем, что делится полезными и ценными знаниями. Индустрия KOL развивается в эпоху цифровых технологий невероятными темпами и оказывает огромное влияние на то, как информация, товары и услуги создаются, продаются и покупаются. Не ограничиваясь короткими видеороликами, KOL также участвуют в прямых трансляциях, захватывают личные аккаунты брендов или участвуют в создании маркетинговых кампаний.

Согласно отчету о влиянии авторитетных лиц за 2022 год, проведенному доктором Шиной К. из Бизнес-школы Кочи (Индия), мода является одной из самых популярных областей для влиятельного маркетинга. Соответственно, KOL создают ценность медиа-эффекта (MIV) на 3 миллиона долларов США при реализации имиджевых продуктов и клипов совместно с брендами в 2020 году. Рассчитывая MIV, модные бренды могут увеличить количество конвертированных заказов и соотношение чистой прибыли к общему объему вложенных инвестиций (ROI).

Компания Launch Metrics, занимающаяся статистикой данных, утверждает, что маркетинговое влияние влиятельных лиц в социальных сетях на продажи брендов увеличилось на 18% за последние три года. Благодаря такому уровню влияния KOL теперь является не только рекламным каналом, который бренды часто используют для увеличения охвата кампании, но и неотъемлемой частью бренда. Заглядывая в будущее розничной торговли, влиятельный маркетинг останется популярной тенденцией

благодаря развитию трендов в сфере покупок и развлечений.

Исследование Nielsen и Rakuten, опубликованное в сентябре 2022 года, показало, что 89% пользователей социальных сетей в Азии следят за влиятельными лицами. Среди них 4/5 людей заявили, что вероятность покупки товаров, рекомендованных KOL, для них достаточно высока.

Помимо KOL, КОС (Key Opinion Consumer) — это концепция, основанная на ключевых видах деятельности KOL и влиятельных лиц. Их комментарии и мнения о продукте, которые помогают потребителям формировать опыт и поведение.

Несмотря на то, что большинство КОС начинают свою деятельность практически без аудитории, они играют ключевую роль в принятии потребителями решения о покупке. Если KOL обеспечивает освещение бренда, КОС несет ответственность за предоставление максимально честных отзывов о продукте.

КОС представляет собой общее мнение о продукте со стороны обычных потребителей. Их главная ценность заключается в доступности и надежности. КОС — это люди, которые тестируют продукты и дают честные мнения и рекомендации об этих продуктах.

Разница между КОС и KOL

Умение достигать до потенциальных клиентов

Первоначальное различие между KOL и КОС заключалось в количестве последователей каждого человека. KOL пользуются своего рода статусом знаменитостей, будучи выдающимися личностями, которых используют для рекламы продукции бренда. Они считаются защитниками продукта.

KOL, поскольку они известны, часто имеют многотысячную аудиторию. У некоторых могут быть даже миллионы подписчиков. Это то, что ищет большинство брендов. С другой стороны, когда концепция КОС впервые стала популярной во Вьетнаме, у КОС часто было меньше последователей. У большинства КОС будет от нескольких сотен до нескольких тысяч подписчиков. Таким образом, при сравнении охвата KOL и КОС становится ясно, что маркетинг KOL приводит к более широкому представлению продукта.

Однако, наряду с развитием электронной коммерции во Вьетнаме, а также взрывным ростом количества коротких видеобзоров на Tiktok, сегодня не так уж сложно найти КОС с большим количеством подписчиков, чем KOL. Некоторые известные КОС с огромным количеством подписчиков по сравнению с другими KOL, например Kien Review, Ong Teacher Review или Call Me Duy.

Ассоциация с брендом и лояльность

Бренды приглашают KOL из-за их огромного количества поклонников представлять свою продукцию, а КОС получают комиссионные и другие формы компенсации от компаний, которые они поддерживают.

KOL не обязательно являются пользователями продукта. Их просто нужно ассоциировать с брендом. Из-за компенсаций, которые они получают от брендов, KOL часто приходится соблюдать многие правила, содержащиеся в их контрактах. Редко случается, чтобы KOL рекламировал продукт бренда и рекламировал тот же продукт конкурента.

Между тем, у КОС нет обязывающего контракта. Это потребители, которые используют продукт и рассказывают своим подписчикам и другим потребителям о своем опыте использования продукта. Продукт может быть от любой компании или бренда, и они могут рассмотреть два похожих продукта от разных компаний.

Расход

Как упоминалось ранее, бренды платят KOL за продвижение своей продукции. Торговое предложение KOL заключается в размере аудитории, которая у них есть. Чем больше число подписчиков, тем большую власть имеет KOL в переговорном процессе.

Чего нельзя сказать о КОС. КОС использует и проверяет продукты по причинам, которые обычно не связаны с деньгами. Фактически, в отличие от KOL, с которыми связываются бренды, КОС обраща-

ются к брендам с просьбой использовать их продукты и давать отзывы с точки зрения покупателя.

Подлинность

КОС, несмотря на их относительно меньший охват, имеют тенденцию сильно влиять на ежедневные решения потребителей о покупке. Частично это связано с тем, что КОС также являются потребителями.

Сегодня вьетнамские потребители повышают свою осведомленность о подлинности информации. Другими словами, общественность знакома с концепцией KOL и тем, как они зарабатывают деньги на рекламе брендов. Потребительские мотивы, лежащие в основе отношений бренда и KOL, ставят под сомнение любые подлинные мотивы, которые есть у KOL.

Сегодня многие потребители склонны отдавать предпочтение достоверности обзоров «КОС». Вьетнамские потребители теперь знают, что продукция КОС не авторизована ни одним брендом. Таким образом, они признают, что личный потребительский опыт является основой для оценки «КОС».

Развитие и тенденции КОС во Вьетнаме

Развитие КОС во Вьетнаме

Использование КОС на вьетнамском рынке в последние годы растет, особенно в индустрии моды и красоты. Отчасти это связано с большим влиянием социальных сетей.

Развитие TikTok, также способствует повышению популярности маркетинга КОС во Вьетнаме. Бренды осознают ценность партнерства с КОС для охвата своей целевой аудитории и повышения узнаваемости бренда.

В будущем ожидается, что использование КОС на вьетнамском рынке продолжит расти, поскольку все больше брендов осознают ценность партнерства с этими влиятельными людьми для повышения узнаваемости бренда и стимулирования продаж. Тем не менее, для брендов важно тщательно проверять своих партнеров КОС и обеспечивать их подлинность и надежность, чтобы поддерживать доверие к своим маркетинговым усилиям.

Необходимые элементы КОС

КОС-маркетинг становится все более популярным подходом для брендов, позволяющим завоевать доверие и авторитет своей целевой аудитории. Одним из ключевых элементов КОС является подлинность. КОС считаются более достоверным и заслуживающим доверия источником информации, чем традиционные рекламодатели, поскольку им обычно не платят за продвижение продуктов или услуг. Вместо этого они высказывают честное и непредвзятое мнение, основанное на собственном опыте использования конкретного продукта или услуги. Эта подлинность помогает построить чувство доверия со своей аудиторией, которые ценят их честное и открытое мнение.

Еще одним важным элементом КОС является профессионализм. КОС считаются экспертами в своих областях, будь то красота, мода или еда. Они обладают обширными знаниями и пониманием продуктов или тем, что они обсуждают, и могут предоставить ценную информацию и рекомендации своим подписчикам. Этот опыт помогает укрепить доверие и авторитет, поскольку последователи доверяют КОС в предоставлении им точной и достоверной информации.

Взаимодействие также важно для КОС, поскольку они активно взаимодействуют со своими последователями. Они отвечают на комментарии и вопросы, создавая чувство общности вокруг своего бренда. КОС часто считаются открытыми и доступными людьми, способными построить прочные отношения со своими подписчиками.

Наконец, актуальность является важным элементом КОС. КОС часто связаны с определенным сегментом или аудиторией и могут предоставить ценную информацию и рекомендации, адаптированные для этой группы. Это помогает создать чувство доверия и авторитета, поскольку последователи чувствуют, что КОС понимает их потребности и интересы.

В настоящее время невозможно сказать, является ли КОС или KOL лучшим выбором для бизнеса, возможно, в каком-то случае один подходит больше, чем другой. Рынок онлайн-маркетинга все еще

достаточно велик, чтобы KOL и КОС могли сосуществовать. Брендам по-прежнему нужны репрезентативные лица, потенциальная территория для KOL, и, кроме того, им в равной степени нужны мнения людей, которые непосредственно испытывают их продукты и услуги и продвигают их. В зависимости от маркетинговой стратегии каждого бренда KOL и КОС по-прежнему будут идти рука об руку и координировать свои действия.

Список источников

1. Банг Х. Тенденции маркетинга KOL в сфере розничной торговли // Экономика Вьетнама. – 2023. – № 14. – С.54
2. Ханг Ф. Что такое КОС? Это новая тенденция на замену маркетинговых решений KOL? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/328090-KOC-la-gi-Lieu-day-co-phai-la-xu-huong-moi-thay-the-cho-giai-phap-KOL-marketing> (20.11.2023)
3. Хьонг Ф. TikTok — это платформа на стыке контента и коммерции, помогающая потребителям находить и делать покупки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://newsroom.tiktok.com/vi-vn/vietnam-shoppertainment-summit> (23.11.2023)
4. Ньунг Б. КОС: Новая волна в кампаниях в социальных сетях. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://baodautu.vn/koc-lan-song-moi-trong-chien-dich-truyen-thong-mang-xa-hoi-d178989.html> (23.11.2023)

УДК 339.138

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ «ДИКСИ»

ВАСИЛЬКОВА УЛЬЯНА МИХАЙЛОВНА,
КУИМОВА МАРИЯ ЛЕОНИДОВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Научный руководитель: Алешникова Вера Ивановна

д. э. н., профессор

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Аннотация: в статье рассмотрены ключевые аспекты деятельности ретейлера «Дикси», выявлены слабые стороны компании относительно конкурентов и причины их возникновения. Авторы обосновали маркетинговые решения для повышения конкурентоспособности розничной сети «Дикси».

Ключевые слова: розничная сеть, ретейл, конкурентоспособность, собственная торговая марка, товар, потребитель.

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF RETAIL NETWORK "DIXY"

Vasilkova Ulyana Mikhailovna,
Kuimova Maria Leonidovna

Scientific adviser: Aleshnikova Vera Ivanovna

Abstract: the article considers the key aspects of retailer's activity «Dixy», identifies weaknesses of the company relative to competitors and the reasons for their appearance. The authors substantiated marketing solutions to increase the competitiveness of the retail chain «Dixy».

Key words: retail network, retail, competitiveness, private label, product, consumer.

«Дикси» – один из крупнейших российских ретейлеров в России, который в 2022 году благодаря присоединению к ПАО «Магнит» показал рост прибыли до вычета налогов и амортизации на 70% [1, с. 13]. Однако при этом наблюдается снижение популярности «Дикси» и отставание от конкурентов по нескольким направлениям.

В 2021 году произошла одна из крупнейших сделок M&A (слияния и поглощения) на российском рынке продуктового ретейла – «Магнит» приобрел «Дикси» за 87,6 млрд. рублей [2, с. 3]. Одна из основных причин – сильные позиции «Дикси» на стратегически приоритетных рынках Москвы и Санкт-Петербурга, что привело к увеличению доли рынка на 1,9% в России, по сравнению с 10,9% доли «Магнита» в 2020 году [2, с. 3]. Однако в течение двух лет после совершения сделки работы над улучшением сети «Дикси» не проводились. Количество магазинов сети уменьшилось с 2477 до 2212 ко второй половине 2023 года – сокращение составило 10,7% [3]. Рассмотрим возможные причины, вызвавшие появление негативных трендов.

Во-первых, высокие цены и низкое качество товаров. Одним из основных недостатков сети «Дикси» является восприятие ее товаров как менее качественных по сравнению с конкурентами, такими

как «Ашан» или «Магнит» [4]. Во-первых, это связано с высокой долей дешевых брендов в ассортименте, с нестабильным качеством товаров, а также с отсутствием акций и скидок, сопоставимых с теми, которые предлагают другие сети.

Во-вторых, в сети магазинов «Дикси» нередко можно наблюдать нестабильность ассортимента и дефицит товаров на полках, что является причиной недовольства покупателей и их выбора в пользу конкурентов. Это может быть вызвано нерегулярными поставками товаров, проблемами с производством и логистикой, а также низким качеством поставляемых товаров.

В-третьих, отсутствие инноваций и цифровизации. В отличие от конкурентов, в «Дикси» отсутствуют кассы самообслуживания, к которым потребители привыкли с 2018 года [5]. Подобные технологии позволяют сэкономить время клиента, избегая длинных очередей, и избавляют от необходимости контактировать с продавцом. Преимуществами касс самообслуживания для компании является увеличение трафика за счет сокращения времени обслуживания, снижение вероятности ошибок, связанных с неправильным расчетом цены или сдачи, и возможность оптимизировать расходы на персонал. Соответственно, наличие касс самообслуживания сильно влияет на уровень клиентоориентированности.

В-четвертых, невыгодная для покупателей программа лояльности. В сети существуют четыре уровня лояльности – «Гость», «Знакомый», «Друг» и «Лучший друг». Статус клиента зависит от количества дней в месяце, в которые совершались покупки. Это определяет количество персональных рекомендаций, размер кэшбека и количество товаров со специальной скидкой. Однако система лояльности устроена так, что за покупателем не закрепляется определенный статус. Если клиент не совершает нужное количество покупок в месяц, его уровень автоматически понижается до первого. Кроме того, потребители жалуются на отсутствие персонализированных рекомендаций, также иногда товары со специальной скидкой для пользователей более высокого уровня выходят дороже, чем без скидки. Эти недочеты препятствуют построению устойчивых долгосрочных отношений с покупателем и негативно сказываются на клиентском опыте.

В-пятых, проблемы с собственными торговыми марками в сети магазинов «Дикси» также оказывают влияние на ее конкурентоспособность. Среди них: «Хуторок», «Первым делом», «Д», «Иван Мясоедов», «Мореслав». Одной из основных проблем с собственными торговыми марками «Дикси» является ограниченный выбор и не всегда высокое качество таких товаров. Клиенты могут считать, что собственные торговые марки «Дикси» менее качественные по сравнению с брендовыми аналогами, что может повлиять на их выбор при покупке продуктов. Доля собственных торговых марок в ассортименте любого розничного магазина имеет определенные преимущества, но также может вызывать вопросы у потребителей, особенно если она слишком высока [6, с. 21].

Часто собственные торговые марки «Дикси» ассоциируются с более низкими ценами и, следовательно, могут вызывать сомнения в качестве у потребителей. Если доля собственных марок в ассортименте велика, это может создать впечатление, что магазин отдает приоритет цене, а не качеству. Основные торговые марки «Дикси», как правило, придерживаются более низкой ценовой политики, чем конкуренты. Так, «Дикси» проигрывает в сравнении с сетью «Пятерочка», которая также имеет большое количество СТМ (собственных торговых марок), но в разных ценовых категориях, что способствует более глубокой сегментации потребителей и предоставляет больший выбор для клиентов.

В-шестых, на официальном сайте магазина, где можно посмотреть отзывы и информацию о товарах, отзывы отсутствуют или же имеются в единичном количестве. Это ограничивает способность покупателей сделать информированный выбор и может вызвать довольно много вопросов о продуктах. На сайте также отсутствует форма обратной связи для сбора комментариев относительно качества товаров и обслуживания, а также предложений по улучшению работы компании.

Очевидно, что ретейлер отстает по уровню развития сети от конкурентов на несколько лет. Поэтому новый владелец «Магнит» активно работает над улучшением конкурентоспособности «Дикси». Это подтверждает проведенный в начале ноября 2023 года ребрендинг в одном из магазинов розничной сети [7].

Для создания конкурентных преимуществ «Дикси» были разработаны маркетинговые решения по усовершенствованию деятельности ретейлера. В первую очередь компании следует проанализировать

наиболее продаваемые товары и ассортимент сети, особенно СТМ, и в соответствии с этим подстроить ассортимент под меняющиеся запросы потребителей и следить за запасами продукции на складах. В последнее время драйверами роста для ретейлеров стали готовая еда, свежая выпечка и органические продукты, поэтому рекомендуется сделать акцент на этих категориях товаров.

Отдельного внимания заслуживает работа над имиджем и восприятием продукции потребителями, а также улучшение визуальной привлекательности магазинов. Из-за низких цен, наличия некачественных продуктов и отсутствия ремонта в сознании клиентов сформировались негативные ассоциации с магазинами «Дикси» и товарами собственных торговых марок бренда. Ретейлеру следует проводить рекламные кампании, демонстрирующие высокое качество продукции, участвовать в рейтингах и конкурсах на качество товаров, предоставлять клиентам сертификаты соответствия стандартам, обеспечить строгий контроль качества. Также необходимо выбирать надежных поставщиков и по возможности иметь несколько производителей на одну категорию товаров, чтобы в случае плохого качества быстро найти замену такому продукту.

Что касается качества обслуживания, рекомендуется наладить работу технической поддержки в приложении «Дикси», а именно не оставлять сообщения без ответа и установить временной лимит для ответа оператора. Кроме того, следует устранить технические ошибки в приложении и скоординировать работу доставки и программы, чтобы оплаченный заказ был правильно сформирован и вовремя доставлен. Необходимо также собирать обратную связь от покупателей с помощью сайта и приложения, так как форма обратной связи является важным каналом коммуникации с потребителями. Анализ мнения целевой аудитории о качестве товаров и недостатках работы компании, а также изучение пожеланий относительно ассортимента и сервиса помогут выявить истинные потребности клиентов без проведения маркетинговых исследований и определить направления развития бренда.

Программа лояльности должна быть понятной и привлекательной для покупателя. Предлагается сделать уровни лояльности (статусы) фиксированными (без потери прогресса) и присваивать их в зависимости от объема потраченных средств. Дополнить программу можно с помощью премиального сервиса и нематериальных ценностей, например, подарков. Это позволит удержать клиента и привлечь дополнительную прибыль.

Помимо этого, рекомендуется персонализировать контент пользователей приложения и сайта с помощью использования искусственного интеллекта. Изучение клиентского опыта позволит предлагать релевантные товары исходя из запросов потребителей, их поведенческих и психологических особенностей. Применение когнитивных технологий в сервисах компании дает возможность обеспечить лучший клиентский опыт, тем самым увеличить количество повторных покупок и продлить жизненный цикл покупателя, а также получить конкурентное преимущество перед брендами со схожей деятельностью.

Таким образом, после объединения с ПАО «Магнит» конкурентоспособность сети «Дикси» не повысилась, а, наоборот, снизилась. Отсутствие клиентоориентированного сервиса и технической оснащенности, непостоянное качество продукции, неправильная ассортиментная политика, технические ошибки в работе приложения, а также несоответствие компании тенденциям рынка и запросам потребителей привели к отставанию от других ретейлеров. Сети «Дикси» необходим комплексный подход в усовершенствовании деятельности, который поможет сократить отставание от брендов розничной торговли и дифференцировать себя от них за счет создания конкурентных преимуществ.

Список источников

1. Презентация для инвесторов ПАО «Магнит» за 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.magnit.com/upload/iblock/7e5/071uie8rpif6qlslbkztboch9ume3m5z/Magnit_FY%202022_rus.pdf (16.11.2023)
2. Презентация ПАО «Магнит» «Приобретение Дикси» июль 2021 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.magnit.com/upload/iblock/2c6/2021-07-21_Acquisition%20of%20Dixy%20Group%20-%20Presentation%20-%20RUS.pdf (16.11.2023)

9. Число магазинов «Дикси» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://dixy.ru/group/> (16.11.2023)
10. Отзывы на сеть магазинов «Дикси» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://irecommend.ru/content/diksi-set-magazinov> (16.11.2023)
11. Кассы самообслуживания: плюсы и минусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/kassy-samoobsluzhivaniya-plyusy-i-minusy/> (16.11.2023)
12. Алешникова, В. И. Стратегии поддержания качества частных марок / В. И. Алешникова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2016. – № 4. – С. 20-22.
13. «Дикси» обновит магазины: добавит фиолетовый цвет к оформлению, больше готовой еды и фермерских товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vc.ru/trade/899466-diksi-obnovit-magaziny-dobavit-fioletovyy-cvet-k-oformleniyu-bolshe-gotovoy-edy-i-fermerskih-tovarov?ysclid=lp1v1ddzbnk573199083> (16.11.2023)

© У.М. Василькова, М.Л. Куимова, 2023

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В РОССИИ

ЖУРАВЛЕВА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА,

магистрант

АДЖИЕВА АННА ЮРЬЕВНАдоцент, кандидат экономических наук
ФГБОУ ВО КубГАУ им. И.Т. Трубилина

Аннотация: в научной статье представлены результаты исследования характеристики основных тенденций развития рынка производных финансовых инструментов в России. Рассмотрены наиболее распространенные проблемы и барьеры для оборота производных финансовых инструментов. Актуальность исследования на рассматриваемую нами тему обусловлена тем, что сегодня наблюдается увеличение роли производных финансовых инструментов в общей структуре национального финансового рынка России, что делает данные активы важным атрибутом спекулятивных и инвестиционных операций инвесторов.

Ключевые слова: производные финансовые инструменты, финансовые деривативы, финансовый рынок, ценные бумаги, фьючерсные контракты, опционные контракты.

TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE FINANCIAL DERIVATIVES MARKET IN RUSSIA

Zhuravleva Yulia Sergeevna,**Adzhieva Anna Yurievna**

Abstract: the scientific article presents the results of a study of the characteristics of the main trends in the development of the derivatives market in Russia. The most common problems and barriers to the circulation of derivative financial instruments are considered. The relevance of the study on the topic we are considering is due to the fact that today there is an increasing role of derivative financial instruments in the overall structure of the national financial market of Russia, which makes these assets an important attribute of speculative and investment operations of investors.

Key words: derivative financial instruments, financial derivatives, financial market, securities, futures contracts, options contracts.

Производные финансовые инструменты с каждым годом обретают все большую популярность, как среди трейдеров, спекулянтов и частных инвесторов, так и среди предпринимательских структур, использующих их для управления своими финансовыми рисками. При этом от умения использовать производные финансовые инструменты зависит судьба не только отдельного экономического субъекта, но и всей экономики. Некоторые финансовые менеджеры могут использовать производные финансовые инструменты с целью минимизации рисков, их хеджирования и т. д., но, некоторые в связи с неверно построенными моделями и операциями, способны вызвать факторы, нарушающие финансовую безопасность организации.

Производный финансовый инструмент (финансовый дериватив) – инструмент, который предпо-

лагают финансовый договор, цена которого определяется ценообразованием базового рыночного актива, имеющего косвенное или прямое влияние со стороны рыночных факторов. При этом, базовым активом может выступать любой актив, товар, ценная бумага, имеющая величину и определение цены. Именно, в связи с этим и обусловлена разнообразная классификация производных инструментов в зависимости от разновидности базового актива [1].

Производные финансовые инструменты – это контракт, по которому стороны приобретают право или обязуются совершать определенные действия в отношении основного средства. Действия включают в себя: возможность покупки, продажи, предоставления, получения товаров или ценных бумаг [5].

Производные финансовые инструменты можно классифицировать по двум направлениям: спекулятивные (валюта и депозитарные расписки); хеджерские (форвардные контракты, опционные контракты, фьючерсные контракты, свопы) [4].

В настоящее время рынок производных финансовых инструментов является одним из наиболее значимых и динамично развивающихся сегментов российского финансового рынка. Операции с финансовыми деривативами обретают все более широкое распространение, поскольку предоставляют возможность минимизировать финансовые риски экономических субъектов, или зафиксировать спекулятивную прибыль от инвестиционных сделок и спекуляций.

На рис. 1 изображена динамика объема торговли с производными финансовыми инструментами на российском фондовом рынке. Для анализа данных взяты объемы торгов на крупнейшей фондовой бирже России – Московской бирже. Анализируемыми инструментами являются фьючерсные и опционные контракты.

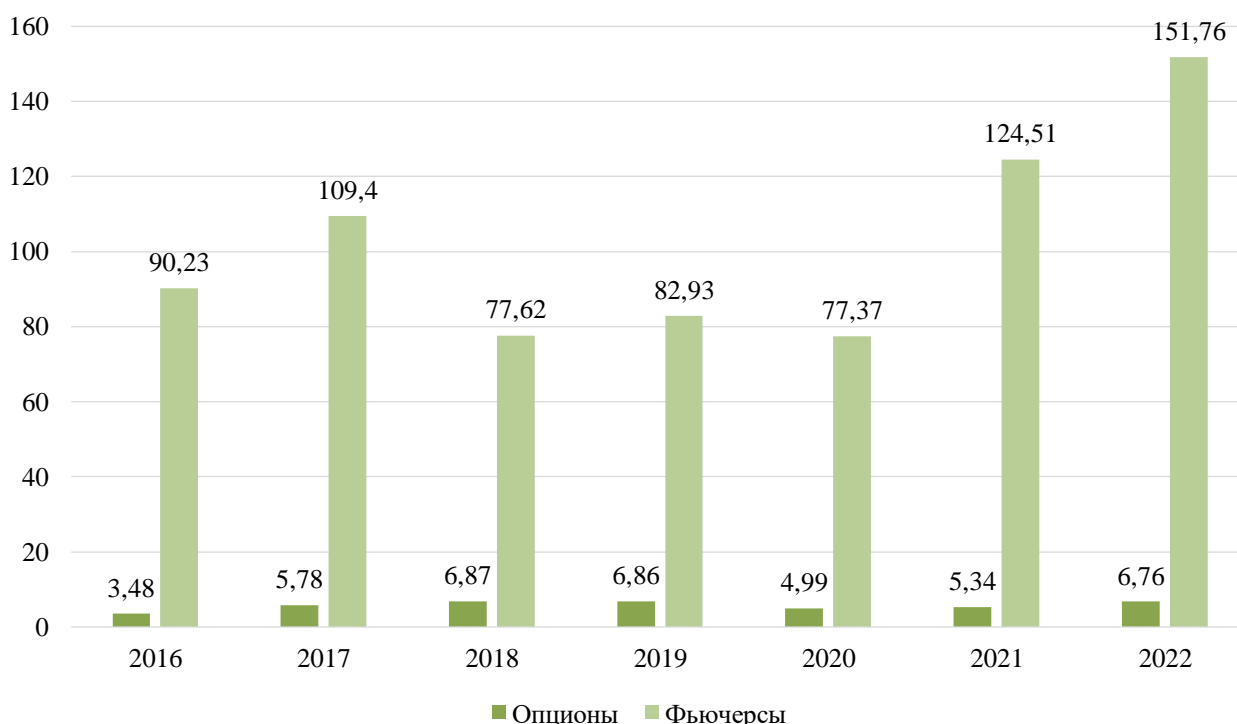


Рис. 1. Динамика объема торгов опционами и фьючерсами на Московской бирже, в млрд руб. [3]

Таким образом, в 2023 г. рынок производных финансовых инструментов занимает 10% доли от всего объема фондового рынка России, однако тенденция роста наблюдается не каждый год. Например, в 2018 г. было снижение торгов фьючерсными контрактами с 109,4 млрд руб. до 77,62 млрд руб., а также в 2020 г. – с 82,93 млрд руб. до 77,37 млрд руб.

Объемы торгов опционными контрактами в 2022 г. вовсе имеют значения ниже, чем в 2018-2019 гг., когда торги составляли 6,86 – 6,87 млрд руб., тогда как в 2022 г. – 6,76 млрд руб. При этом в 2020 г. произошло резкое снижение объемом до 4,99 млрд руб., что обусловлено влиянием на инвестицион-

ную активность субъектов кризиса пандемии.

Причиной роста популярности финансовых деривативов в российской практике являются следующие преимущества данных финансовых инструментов:

- 1) предоставление возможности страхования и управления рисками;
- 2) увеличение ликвидности торгов на биржевом рынке;
- 3) расширение портфеля инструментария торгуемых активов и ценных бумаг.

Ключевой же причиной роста объемов торгов с производными финансовыми инструментами является возможность их использования при страховании рисками, например, через операции хеджирования. Примером может служить хеджирование ценовых рисков для нефтегазовых компаний от колебаний цен на нефть и природный газ. Благодаря продаже фьючерсного контракта, компании России способны полностью нейтрализовать ценовой риск.

Однако развитие российского рынка производных финансовых инструментов сопровождается наличием ряда актуальных проблем, среди которых [2]:

1) рынок производных финансовых инструментов, на первом плане, является сегментом для финансовых спекуляций, поскольку основная часть объема торгов происходит частными трейдерами, желающих получить спекулятивную прибыль на курсовой разнице базовых активов, по которым сформированы деривативы;

2) современное состояние рынка не соответствует всем потребностям экономики и не осуществляет всех возложенных функций, поскольку его объемы ликвидности не позволят провести хеджирование всех рыночных рисков крупных компаний экономики России, если они того захотят;

3) существуют юридические риски, которые связаны со сложностями нормативно-правового регулирования и расхождением мнения о характеристике учета и контроля разных видов производных финансовых инструментов, что приводит к дополнительным барьерам в процессе учетной деятельности, где объектом выступают деривативы;

4) отсутствие культуры хеджирования рисков финансовыми деривативами у участников фондового рынка России, поскольку многие частные инвесторы не осведомлены в том, как при помощи производных инструментов можно сократить свои рыночные риски инвестиционного портфеля;

5) сокращение числа нерезидентов на российском фондовом рынке и отсутствие появления новых профессиональных участников срочного рынка, из-за чего потенциально сокращаются объемы торгов производными финансовыми инструментами в период мобилизационной экономики 2023 г. (однако данная проблема еще не подтверждена и может оказаться лишь потенциальным фактором-угрозой).

Таким образом, ключевой тенденцией развития российского рынка производных финансовых инструментов является рост объема торгов фьючерсными и опционными контрактами (в особенности первых). Однако данный рынок остается еще недостаточно развитым и лишь начинает свой этап стремительного развития. При этом в 2023 г. проблемы инвестиционного климата экономики России имеют негативное влияние на торги финансовыми деривативами, что может сократить его объемы более, чем в 2 раза. В связи с этим, органам государственного регулирования важно обратить внимание на список актуальных проблем, решение которых позволит улучшить условия развития российского рынка производных финансовых инструментов, сделав его полноценным элементом национальной финансовой системы.

Список источников

1. Гусов М.А., Мардеян Н.А. Производные финансовые инструменты // Modern Science. 2023. № 3-2. С. 13-17.
2. Камахина М.В., Корешкова П.М., Антоневская Е.Ю. Национальный рынок стандартизованных производных финансовых инструментов // Учет, анализ и аудит: проблемы теории и практики. 2022. № 29. С. 87-92.
3. Яруллин Р.Р., Ульмаскулова А.Т. Рынок производных финансовых инструментов в

Российской Федерации: особенности и некоторые проблемы развития // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 3 (165). С. 99-104.

4. Житлухина О.Г. Производные финансовые инструменты: понятие, структура, учет // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2022. № 1 (101). С. 114-129.

5. Дикарева И.А., Денисова Е.А. Российский рынок производных финансовых инструментов // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в ВУЗе и школе. 2022. № 36. С. 679-682.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 338.2

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ФИНАНСИРУЕМОГО ВЫКУПА

БАЛАКИН ИЛЬЯ АНДРЕЕВИЧ

аспирант

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*Научный руководитель: Ефимова Ольга Владимировна**д.э.н., профессор**ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»*

Аннотация: на основе определения значения и места финансового анализа в процессе финансируемого выкупа рассмотрены причины необходимости и направления его совершенствования. Раскрыты состав и достоинства разработанной комплексной модели финансового анализа как основы аналитического обоснования управленческих решений, принимаемых всеми участниками на каждом этапе финансируемого выкупа.

Ключевые слова: финансируемый выкуп, финансовый анализ, аналитическое обоснование, модель финансового анализа.

IMPROVING THE FINANCIAL ANALYSIS OF A LEVERAGED BUYOUT

Balakin Ilya Andreevich*Scientific adviser: Efimova Olga Vladimirovna*

Abstract: on the basis of determining the meaning and place of financial analysis in the process of a leveraged buyout, the reasons for the need and directions for its improvement are considered. The composition and advantages of the developed complex model of financial analysis as the basis of analytical justification of management decisions made by all participants at each stage of the leveraged buyout are disclosed.

Key words: leveraged buyout, financial analysis, analytical justification, financial analysis model.

Приобретение бизнеса с привлечением заемных средств (финансируемый выкуп, Leveraged Buyout - LBO) является ценным инструментом для реструктуризации компаний, изменения бизнес-стратегии, повышения инвестиционной привлекательности, оптимизации налогового бремени, особенно в условиях недостатка собственных средств. И несмотря на то, что в России доля сделок LBO остаётся менее значимой по сравнению с западными рынками капитала из-за ряда специфических условий и ограничений [1], актуальность финансируемого выкупа в современных условиях повышается. Сложностью применения LBO в России является нестабильность экономической среды, волатильность рынков, особенности корпоративного управления и законодательства. Привлечение заемного капитала может оказаться более дорогим и рискованным, а доступ к заемным средствам — более ограниченным по сравнению с более развитыми экономиками, особенно на фоне ужесточения денежно-кредитной политики Банка России. Высокий уровень рисков сделок LBO в условиях высокой зависимости от экономической ситуации, стабильности правовой системы, доступности кредитных ресурсов определяет огромное значение их анализа. Без глубокого и всестороннего финансового анализа практически невозможно провести успешную LBO-сделку, так как он обеспечивает основу для всех этапов — от пред-

варительной оценки и структурирования до управления компанией после выкупа и последующего выхода из инвестиции [2]. Прежде чем приступить к LBO, необходимо тщательно оценить финансовое состояние целевой компании, чтобы определить её способность генерировать достаточные денежные потоки для обслуживания дополнительной задолженности, выявить потенциальные риски, связанные с предполагаемой сделкой. Понимание финансовых показателей позволяет правильно структурировать сделку, то есть определить оптимальное соотношение между заемным и собственным капиталом, чтобы максимизировать возможную доходность инвестиций при управляемом уровне риска. Для получения кредитов на сделку LBO нужно представить кредиторам убедительный финансовый анализ, демонстрирующий жизнеспособность бизнес-модели и её способность генерировать достаточный для обслуживания долга денежный поток. На этапе удержания цели финансовый анализ продолжает играть важную роль в мониторинге финансовых показателей и в управлении эффективностью операций целевой компании, чтобы обеспечить достижение запланированных финансовых целей и успешное погашение заемных средств. При подготовке к продаже или публичному размещению компании, приобретенной через LBO (выход из сделки), точный финансовый анализ поможет определить наиболее подходящий момент для выхода, оценить стоимость компании и обеспечить максимальную доходность для инвесторов [3].

Причинами необходимости совершенствования финансового анализа финансируемого выкупа в настоящее время являются:

- усложнение сделок LBO требует более глубоких и многоаспектных методов анализа;
- быстроменяющиеся экономические условия предполагают разработку финансовых моделей, способных быстро адаптироваться к новой рыночной среде и предоставлять актуальную информацию для принятия решений. В контексте увеличивающихся рисков и неопределенности актуализация методов оценки рисков становится ключевой для выявления потенциальных угроз и сохранения инвестиционной привлекательности сделок LBO;
- изменения в законодательстве, ужесточение норм и стандартов бухгалтерского учета и отчетности предусматривают пересмотр существующих подходов и в финансовом анализе;
- прогресс в области IT и данных (Big Data, искусственный интеллект и машинное обучение) создает новые возможности для улучшения финансового анализа и повышения его точности.

Российский рынок имеет свои параметры риска, инфляции, кредитной стоимости и правовой защищенности, которые могут отличаться от западных практик, но проблемой является недостаточный уровень разработанности отечественными авторами методических основ и методики финансового анализа с учетом как специфики финансируемого выкупа, так и особенностей российского рынка LBO

В качестве основных направлений совершенствования финансового анализа LBO-сделок в России считаем необходимым обеспечить:

- ✓ адаптацию проверенных международных подходов к финансовому анализу финансируемого выкупа с учетом специфик российской экономики и правовой системы;
- ✓ разработку методик финансового анализа LBO с блоком оценки и управления рисками, принимающих в расчет изменчивость экономических условий в России;
- ✓ включение в финансовый анализ сделок финансируемого выкупа ESG-аспектов (экологических, социальных и управленческих), в т.ч. анализ заинтересованных сторон, их потребностей и интересов;
- ✓ использование сценарного анализа и стресс-тестирования для оценки устойчивости бизнес-модели целевой компании к различным экономическим ситуациям;
- ✓ создание условий для обеспечения прозрачности информации по целевым компаниям и усиление роли открытых данных для всестороннего финансового анализа как отдельных сделок, так и российского рынка LBO в целом;
- ✓ развитие инвестиционного сообщества в сфере LBO в России, включая инвестиционных банкиров, юридических консультантов и финансовых аналитиков [4].

В рамках повышения качества аналитического обоснования принимаемых на различных стадиях

финансируемого выкупа управленческих решений разработана комплексная модель финансового анализа и оценки эффективности сделок LBO и методика ее применения. Предлагаемая модель, выполненная в Excel, — это специализированный инструмент, предназначенный для анализа, оценки и прогнозирования результатов LBO с использованием различных финансовых и экономических показателей. Эта модель включает в себя такие модули, как:

1. Финансовый модуль: основные финансовые отчеты (баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств) и расчет ключевых финансовых показателей (доходность активов, рентабельность инвестиций, коэффициенты ликвидности и т.д.).

2. Модуль анализа заемного капитала: расчеты по структуре капитала сделки, графику погашения долга, процентным ставкам, покрытию процентов и другие показатели, связанные с использованием заемного финансирования.

3. Прогнозный модуль: прогнозирование будущих доходов и расходов, денежного потока, возможности реструктуризации долга, роста компании и др.

4. Модуль оценки стоимости компании разными методами (финансовой модели, оценки по мультипликаторам компаний-аналогов и мультипликаторам прецедентных сделок).

5. Риск-анализ: анализ чувствительности, сценарных анализов и стресс-тестирование для оценки воздействия изменений ключевых переменных на финансовые показатели и окупаемость инвестиций.

6. Модуль вывода результата: сводные таблицы с основными выводами, диаграммы и графики для наглядной презентации анализа.

Достоинствами предлагаемой модели, отличающими ее от других моделей инвестиционных банков, являются:

- внедрение в модель модуля PESTEL-анализа, позволяющего оценить все возможные политические, экономические, социальные, технологические, экологические, юридические риски и потенциальные возможности при проведении финансируемого выкупа, обеспечивая учет общемирового тренда ответственного поведения целевой компании и приближения прогнозных значений показателей фактическим условиям совершения сделки;

- оценка стоимости капитала компании-таргета разными методами, в т.ч. методом Adjusted present value (APV), методами оценки по мультипликаторам компаний-аналогов и мультипликаторам прецедентных сделок (EV/Выручка и EV/ EBITDA);

- возможность наглядного сравнения и обобщение полученных результатов оценки стоимости целевой компании разными методами в виде сводного графика/гистограммы «Football-field» [5];

- анализ факторов, влияющих на расхождение прогнозных и фактических значений внутренней нормы доходности (IRR), с учетом не только общих для всех компаний-таргетов факторов, (синергетического эффекта, переменных расходов, мультипликатора EV/EBITDA), но и специфичных отраслевых детерминант;

- внедрение в модель модуля анализа чувствительности показателей инвестиционной привлекательности (IRR и Cash on Cash, NPV и APV) от изменения основных показателей сделки по приобретению целевой компании.

Тестирование разработанной модели финансового анализа и оценки эффективности сделок LBO на примере трех российских компаний разных отраслей экономики с разными результатами участия в сделке показала ее высокую практическую значимость и соответствие заявленным целям. Анализ, проводимый при помощи многофакторной модели финансового анализа и оценки эффективности LBO, позволяет инвесторам и финансовым аналитикам оценить финансовое состояние целевой компании, риски и выгоды LBO-сделок и принять обоснованные инвестиционные решения, способствует более точному и надежному прогнозированию финансовых результатов LBO-сделок. Предлагаемая модель представляет собой гибкий инструмент, который позволяет адаптироваться под конкретные условия и требования пользователей, предоставляет удобные функции для работы с большими наборами данных, проведения сложных математических расчетов, трансформации данных в удобные для анализа формы и автоматизации отчетности, что является ключевым для эффективного финансового моделирования.

Таким образом, реализация предлагаемых направлений совершенствования методических основ и методик финансового анализа, призванных обеспечить повышение качества финансового анализа финансируемого выкупа, как основы аналитического обоснования принимаемых управленческих решений, позволит коммерческим и инвестиционным банкам, частным инвесторам и всем заинтересованным сторонам более точно оценивать инвестиции, прогнозировать доходность, управлять рисками и в целом увеличивать вероятность успешного завершения сделок приобретения бизнеса с привлечением заемного капитала.

Список источников

1. Пятицкая Л.Е. Рынок выкупов долговым финансированием (lbo): теоретические предпосылки, современное состояние и перспективы // Инновации. – 2007. – № 9(107). – С. 64–69.
2. Курилова А.А. Сделки Leveraged Buyout, Management Buyout и возможности их применения в России // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. – 2016. – № 3. – С. 195–206.
3. Коннова А.С. Создание добавленной стоимости при проведении выкупов долговым финансированием // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 20. – С. 2611–2624.
4. Loos N. Value Creation in Leveraged Buyouts. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://download.e-bookshelf.de/download/0000/0206/24/L-G-0000020624-0002382079.pdf> (20.11.2023).
5. Gaughan P.A. Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings. 7th edition, Wiley, 2018. – 674 p.

© И.А. Балакин, 2023

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 330

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ТРАНСПОРТНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ

**ИВАНОВА РИММА ВЛАДИМИРОВНА,
ХЕН НЕЛЛИ ЭДУАРДОВНА**

студенты 3 курса, юридического факультета, специальность:
Правовое обеспечение национальной безопасности, Специалитет
Дальневосточного института (филиал) всероссийского государственного
университета юстиции (РПА Минюста России) г. Хабаровск

*Научный руководитель: Путивец Галина Эриковна
к.э.н., доцент, доцент кафедры государственно-правовых дисциплин
ДВИ ВГУЮ (РПА Минюста России) г. Хабаровск*

Аннотация: в статье рассматривается действующий механизм взимания транспортного налога на территории Российской Федерации. Исследуется российский и зарубежный опыт налогообложения транспортных средств, дана его сравнительная характеристика. Высказано предположение о необходимости реформирования транспортного налога в России, который должен быть ориентирован на защиту окружающей среды.

Ключевые слова: налог, зарубежный опыт, транспортный налог, налогообложение, налогоплательщик, транспортное средство, реформирование транспортного налогообложения, электромобили, проблемы налогообложения.

USING FOREIGN EXPERIENCE OF TRANSPORT TAXATION IN RUSSIA

**Ivanova Rimma Vladimirovna,
Khen Nelly Eduardovna**

Scientific adviser: Putivets Galina Erikovna

Abstract: the article discusses the current mechanism for collecting transport tax on the territory of the Russian Federation, since transport tax is one of the sources of replenishment of the budgets of the subjects of the Russian Federation. The Russian and foreign experience of vehicle taxation is investigated, its comparative characteristics are given. It is suggested that there is a need to reform the transport tax in Russia, which should be focused on environmental protection.

Key words: tax, foreign experience, transport tax, taxation, taxpayer, vehicle, reform of transport taxation, electric vehicles, taxation problems.

В Российской Федерации транспортный налог является одним из основных налогов на уровне субъектов федерации, которые непосредственно образуют бюджет. Правовое регулирование данного вида налога на федеральном уровне выражено в главе 28 Налогового кодекса Российской Федерации [1]. Поступления этого налога целиком зачисляются в бюджеты субъектов РФ. Законодательные орга-

ны субъектов федерации в свою очередь имеют право определять элементы налога, в частности, налоговую ставку, налоговые льготы, порядок и сроки уплаты и иное, путем принятия НПА на уровне субъектов федерации. Но все же характерной чертой формирования региональных бюджетов является прямая зависимость от положений федерального законодательства.

Российская модель транспортного налогообложения имеет ряд особенностей, так налог на транспортное средство в Российской Федерации состоит из нескольких составляющих. Во-первых, при расчете суммы транспортного налога учитывается место его фактического нахождения, которое необходимо для постановки на учет и год выпуска автомобиля. Во-вторых, немалую роль на размер транспортного налога оказывает мощность двигателя и количество месяцев владения данным видом транспорта [2].

Так в РФ транспорт облагается по налоговым ставкам, которые устанавливаются в зависимости от мощности двигателя, тяги реактивного двигателя или валовой вместимости транспортного средства в расчете на одну лошадиную силу мощности двигателя транспортного средства, один килограмм силы тяги реактивного двигателя, одну регистровую тонну, одну единицу валовой вместимости транспортного средства или одну единицу транспортного средства в размерах, определенных ч. 1 ст. 361 НК РФ, если иные ставки не определены законами субъектов РФ в соответствии с ч.4 ст. 361 НК РФ [1].

Зарубежный же опыт в сфере транспортного налогообложения имеет довольно весомые отличия по сравнению с отечественным. В настоящее время количество стран, в которых основной составляющей при расчете транспортного налога является мощность автомобиля, осталась достаточно мало, к таковым относится и РФ. Это связано, заинтересованностью зарубежных стран в улучшении экологической ситуации, что в свою очередь доказывает связь размера данного вида налога от объема выброса выхлопных газов в окружающую среду. Тем самым большинство зарубежных стран положило в основу построения своего налогового законодательства в сфере транспорта объем выхлопных газов. Данное положение способствует, как и улучшению экологической ситуации в странах, так росту в индустрии машиностроения.

Данная политика иностранных государств направлена на заинтересованность к приобретению электрокаров и гибридных автомобилей у населения, а в свою очередь компании по производству автомобилей заинтересованы в введении новых технологий, которые бы не столь негативно влияли на окружающую среду [3, с. 24].

Большинство стран-участниц ЕС заботятся о снижении выхлопов вредных для экологии веществ, за счет того, что в систему расчета транспортного налога включен экологический класс транспортного средства и объем выбросов углекислого газа. Так правительство Королевства Бельгии предоставляет вычеты по подоходному налогу для физических лиц, приобретающих электрокары, а в Федеративной Республике Германии предоставляют субсидии на улучшение выхлопных систем автомобилей для снижения вредоносных выбросов.

Налогообложение на транспорт во Франции представлено немного иным образом. Так транспортный налог в данной стране построен на двухуровневой системе. Сначала собственник выплачивает разовый налог при постановке автомобиля на учет. Уже после он должен каждый год осуществлять взнос, который рассчитывается исходя из объема углекислого газа, выбрасываемого в атмосферу. Вычисление данного объема происходит в соответствии с техническими характеристиками, которые предоставляет производитель. Франция также определила и целевой характер денежных поступления от транспортного налога, так они следуют на субсидирование проектов по улучшению экологической обстановки в стране [4, с.216].

При анализе налогообложения автотранспортных средств в странах ЕС, можно сделать следующие выводы.

1. Транспортное налогообложение в России и в большинстве стран ЕС имеет ряд схожих параметров. Так налоги взимаются в связи с приобретением, владением и использованием автотранспортных средств.

2. В большинстве стран в качестве налоговой основы выступает объем двигателя и его экологический класс, что свидетельствует об принципиально ином исчислении налога, нежели в России, где установление налоговых ставок зависит лишь от технических данных автомобиля, однако никак не от

экологического класса.

3. В странах ЕС налогообложение в сфере транспорта направлено на регулирование вопросов экологии. В РФ налоги и сборы, взимаемые с владельцев автотранспортных средств, в большинстве случаев не ориентированы на стимулирование развития экологического транспорта.

Великобритания, не являющаяся страной-участницей ЕС, придерживается схожей налоговой политики. Так в Соединенном Королевстве налог на автотранспорт зависит от мощности двигателя, вида топлива и выбросов в природную среду, а кроме того даты регистрации автомобиля. В свою очередь Великобритания освободила собственников электромобилей и гибридных автомобилей. Тем самым электрокары по причине отсутствия выбросов никак не облагаются транспортным налогом, однако только лишь, если их стоимость не превышает 40 000 фунтов. Также политика данной страны предусматривает направленность на поддержку дорожной отрасли, поскольку около 80 % полученных средств от общего объема налога уходит на это, а остальное на финансирование экологических проектов, что также говорит о заинтересованности страны в улучшении экологической обстановки на ее территории [4, с.219].

Обращаясь к странам Ближнего Востока, необходимо рассмотреть Израиль, поскольку здесь сумма налога кроме того находится в зависимости от объема выхлопных газов. Согласно этому при знаку в 2009 году все без исключения автомобили были поделены на 15 экологических групп. Самый низкий налог составляет 10 % от стоимости автомобиля, такой взнос платит владелец электромобиля, а самый высокий составляет 92 % , его уплачивают владельцы автомобилей, у которых объем выхлопных газов в атмосферу больше, соответственно и экологический класс ниже [5, с.110].

В США транспортный налог включен в стоимость топлива. Так американцы уравнивают распределение налоговой нагрузки, соответственно для большого километража автомобиля необходим большой объем потребления топлива, что конечно же повышает уровень выбросов вредных веществ в атмосферу. Именно так США построила налоговую систему в пользу экологии. Исходя из вышесказанного от уплаты налога освобождаются владельцы электрокаров, так как они платят лишь за электроэнергию.

В России слабо развито применение электромобилей как вида транспорта это объясняется рядом существенных причин. Одной из самых первых является цена, так стоимость данных моделей не выдерживает конкуренции. Решением проблемы стало введение во многих европейских странах налоговых инструментов, предназначенных для развития электромобилей.

В странах Скандинавии, а именно в Норвегии, действуют стимулирующие программы популяризации данного вида транспорта среди населения. Так Норвегия установила государственные дотации в довольно значительных размерах при приобретении и последующей эксплуатации автомобиля. Также для стимулирования приобретения электромобилей норвежские власти предусмотрели, в том числе и бесплатную стоянку, а также и возможность проезда по выделенным полосам для общественного транспорта. Немаловажное значение принесло и существенное сокращение налоговых выплат. Все перечисленные стимулирующие программы в дальнейшем привели к интенсивному формированию социальных взглядов об отказе от автомобилей с двигателем внутреннего сгорания и даже об закрытии производства данного вида транспорта на ближайшие несколько лет [6].

Азиатский опыт транспортного налогообложения также направлен на улучшение экологической обстановки. Ранее в Китае размер транспортного налога зависел также от мощности двигателя транспортного средства. Однако для улучшения экологии транспортный налог был включен в стоимость топлива, тем самым проценты от розничной цены топлива идут на строительство и реконструкцию местных дорог. Кроме того, для популяризации отечественных производителей на автомобиль отечественной сборки распространяются пониженные налоговые ставки - 10% от стоимости за автомобиль и 40% за импортный автомобиль [7, с.152].

В стране восходящего солнца транспортное налогообложение представлено немного иначе, таким образом оплата налога разделяется на 4 доли. Первая совершается при приобретении транспортного средства. Далее собственник автомобиля при постановке на учет, вносит разовую сумму, которая отталкивается от объема двигателя автомобиля. После чего владелец ежегодно производит взнос по

окончанию налогового периода, размер которого рассчитывается исходя из общего рабочего объема двигателя. Заключительной выплатой – является уплата налога на вес автомобиля, который вводится по результатам обязательного контроля, проводимого в процессе проверки. Она производится для обнаружения технической неисправности и установления факта отсутствия незаконных модификаций различного рода с транспортным средством. Уплата налога на вес автомобиля содержит существенную потребность, так как это побуждает жителей страны восходящего солнца приобретать и использовать автомобили наименьшего размера и мощности, что в свою очередь будет способствовать наименьшему числу выбросов вредоносных элементов в атмосферу и сохранению экологии в целом.

Исходя из этого Япония уделила особое внимание налогообложению электромобилей. Их владельцы полностью не освобождаются от уплаты транспортного налога. Так транспортные средства, не имеющие двигателей внутреннего сгорания, как правило, облагаются, равно как и легковые автомобили согласно минимальной налоговой ставке, исчисляемой от размера двигателя.

Применение электромобилей среди жителей, пока что только набирает обороты как в России, так и в Японии, при этом со стороны Японского государства уже активно используются мероприятия по стимулированию введения электромобилей в транспортную инфраструктуру при помощи различных налоговых льгот и вычетов. Что дает возможность не только гарантировать прибыль страны, но и содействовать сохранению экологии Японии [7, с.155].

Необходимо отметить, что формирование заинтересованности в проблеме экологии для автотранспорта стимулирует рост не только спроса у потребителей, однако и напрямую воздействует на рост в промышленности машиностроения. Таким образом фирма Tesla, которая имеет практически нулевой процент по объемам выброса выхлопных газов в атмосферу и как компания, занимающая одно из лидирующих мест в автотранспортном сегменте рынка США, получила дополнительные 400 млн долларов. Данные средства, которые были ориентированы на повышение количества выпускаемых электрокаров в 2020 году и вывели ее на вершину рентабельности. Согласно результатом по данному периоду было выпущено более 509 тыс. электромобилей, что кроме того стало рекордом для самой компании [6].

Таким образом исследование концепции расчета транспортного налога в ряде иностранных государств свидетельствует о связи налога, равно как с промышленными данными транспортных средств, так и с экологической составляющей.

Учитывая опыт зарубежных стран и недостатки транспортного налогообложения в России, проведение реформирования данной системы послужило бы улучшением, как и налоговой системе РФ, так и экономической ситуации в стране.

В РФ началось реформирование транспортного налогообложения в сторону заботы об экологии, так Распоряжением Министерства транспорта РФ от 25.05.2022 N АК-131-р в целях содействия реализации субъектами РФ положений «Концепции по развитию производства и использования электрического автомобильного транспорта в РФ на период до 2030 года», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 23.08.2021 N 2290-р, утверждены методические рекомендации по стимулированию использования электромобилей и гибридных автомобилей в субъектах РФ. Данные рекомендации представлены в следующих формах: мероприятия по развитию парковочного пространства и зарядной инфраструктуры по усмотрению субъекта РФ; субсидирование приобретения электромобилей и гибридных автомобилей; установление для электромобилей и гибридных автомобилей пониженной ставки транспортного налога или полное освобождение владельцев электромобилей и гибридных автомобилей от уплаты транспортного налога; предоставление льгот владельцам электромобилей и гибридных автомобилей при пользовании платными автомобильными дорогами (участками дорог) [8].

Из всех рекомендаций в субъектах РФ применяется лишь распространение зарядной инфраструктуры, установление пониженной ставки транспортного налога или освобождение от его уплаты. Так Законом Хабаровского края от 28.07.2021 № 188 были внесены изменения в ст. 7 Закона Хабаровского края от 10 ноября 2005 года № 308 «О региональных налогах и налоговых льготах в Хабаровском крае» который установил налоговую ставку в размере 50 процентов от ставок, установленных статьей 6 Закона Хабаровского края от 10 ноября 2005 года № 308, для налогоплательщиков в отношении авто-

мобилей легковых, приводимых в движение исключительно электрическим двигателем и заряжаемых с помощью внешнего источника электроэнергии [9].

В соответствии же с Законом г. Москвы от 09.07.2008 № 33 «О транспортном налоге» на территории г. Москвы с 01.01.2020 физические лица, на которых зарегистрированы транспортные средства, оснащенные исключительно электрическими двигателями, освобождены от уплаты транспортного налога в отношении указанных автомобилей [10].

Так налоговые льготы для владельцев электромобилей и гибридных автомобилей существуют в субъектах РФ. Данная политика не совсем эффективна в реализации охраны окружающей среды, поскольку снижение налоговой ставки для такого вида транспорта или освобождение от уплаты налога не уменьшает объем выбросов выхлопных газов для автомобилей с двигателем внутреннего сгорания. что сказывается на экологии и соответственно не способствует увеличению количества электромобилей в России.

На основе рассмотрения опыта зарубежных стран представляется подходящим способом реформирования транспортного налога в РФ на основе введения дополнительной уплаты, в качестве дополнения к налогу на транспортное средство, который будет рассчитываться исходя из объема, выбрасываемого автотранспортом в атмосферу углекислого газа. Данные технические характеристики будут предоставляться производителями. В свою очередь финансы от данного налога обязаны обладать целевым характером и направляться не только на финансирование строительства дорог и автомагистралей, но и на субсидирование программ по улучшению экологической обстановки в субъектах РФ, а также на финансирование производства электромобилей. Данные меры будут способствовать дальнейшему росту спроса на более экологический вид транспорта, и как следствие – улучшение экологической обстановки в целом по стране.

Подводя итоги можно сказать, что опыт зарубежных стран в области транспортного налогообложения наглядно демонстрирует, то что при реформировании транспортного налога в Российской Федерации в первую очередь необходимо сформировать эмоциональную атмосферу для владельцев транспортных средств, так как в последствии законодательство в области налогового права не должно негативно оцениваться налогоплательщиками. Конечно же это в первую очередь это зависит в целом от налоговой политики страны, в частности от ее целей, кроме того от производительности налогового учета, прозрачности использования денежных фондов, которые формируются в результате действия фискальных платежей. И непосредственно по этой причине транспортный налог обязан обладать целевым характером, а собираемые ресурсы должны направляться в проекты по поддержанию природоохранной сферы, формированию российского экологического машиностроения и улучшению транспортной инфраструктуры.

Список источников

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 04.08.2023)/СПС «КонсультантПлюс»
2. Аввакумова И.В. Банки и банковское дело: тематический модуль, Реклама: тематический модуль // ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова. Саранск. - 2019
3. Бородина А.С. — Налогообложение автотранспортных средств: отечественный и зарубежный опыт // Налоги и налогообложение. – 2017. – № 2. – С. 20 – 31
4. Салькина А.Р. Функционирование налоговой системы европейских и азиатских стран с позиции развития понятия налоговых агентов // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 1(138). – с. 216-220.
5. Толстых Н.А. Особенности налогообложения транспортных средств в РФ и зарубежных странах / Н.А. Толстых, С.Н. Белоусова // Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития 2016. № 1. С. 110.

6. Кузнецов Ю.А. Транспортный налог за рубежом [Электронный ресурс] /Ю.А. Кузнецов // Информационно аналитический сайт. Электрон. дан. М., 2018. Режим доступа (дата обращения: 14.10.2023)
7. Косенкова Ю.Ю. Особенности налоговой системы Японии как государства, на постиндустриальной стадии развития // Вопросы региональной экономики. – 2020. – № 3(44). – с. 153-160
8. Распоряжение Минтранса России от 25.05.2022 N АК-131-р "Об утверждении методических рекомендаций по стимулированию использования электромобилей и гибридных автомобилей в субъектах Российской Федерации"/СПС «КонсультантПлюс».
9. Закон Хабаровского края от 10.11.2005 года № 308 «О региональных налогах и налоговых льготах в Хабаровском крае» (ред. 28.06.2023) /СПС «КонсультантПлюс».
10. Закон г. Москвы от 09.07.2008 № 33 «О транспортном налоге» (ред. 14.12.2022) /СПС «КонсультантПлюс».

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 330.47

RESEARCH ON THE INTEGRATION OF CHINA'S DIGITAL ECONOMY AND THE REAL ECONOMY

LI WENJUAN,
ZHANG PANPAN

PhD

Tomsk State University.Tomsk

Abstract: With the continuous development and application of information technology, the digital economy has become a significant engine driving economic growth and innovation. However, the integration between the digital economy and the traditional real economy still faces new challenges and opportunities. In order to explore the logic and practical paths of deep integration between the digital economy and the real economy, this paper comprehensively analyzes the current status and trends of the integration of the digital economy and the real economy, discusses the impact of their integration on economic and social development, and subsequently proposes strategies and recommendations to promote the deep integration of the digital economy and the real economy, providing guidance and reference for business practices and policy formulation.

Key words: Digital Economy; Real Economy; Convergent Development; Economic Growth; Industrial Innovation.

With the rapid development of digital technology, the importance of the digital economy in China's market economy landscape is increasing. Data from the "China Digital Economy Development White Paper (2021)" shows that the digital economy in China maintained strong growth in 2020, with a total value of 39.2 trillion yuan, accounting for 38.6% of the GDP, a year-on-year increase of 9.7%. It has become a key driver for stabilizing economic growth and promoting economic transformation and innovation in the face of challenges.

Despite the wave of the digital economy, the real economy still holds substantial physical assets and labor resources, making it an essential pillar of the national economy. The vigorous development of the digital economy has brought new vitality and opportunities to economic development, but it has also presented a series of deep-seated challenges. According to data from the National Bureau of Statistics, the size of China's information security market in 2021 was 182.5 billion yuan, and as the digital economy rapidly advances, addressing information security issues becomes an urgent necessity, directly affecting the practice and exploration of deep integration between the digital economy and the real economy.

Exploring the integration of the digital economy and the real economy, analyzing their coordinated development, is of significant importance for optimizing economic structure, improving the quality of economic growth, driving innovation, optimizing resource allocation and utilization efficiency, and promoting sustainable economic development. In this context, this paper aims to explore and study the integration of the digital economy and the real economy, providing theoretical support and practical recommendations to promote their deep integration and development, thus laying a theoretical foundation for sustainable economic development and societal prosperity and stability.

2. Analysis of the Current Status of Integration between the Digital Economy and the Real Economy

2.1. Current Development of the Digital Economy and the Real Economy

With the advancement of emerging technologies such as information technology, artificial intelligence, big data, and cloud computing, the digital economy is flourishing at a remarkable pace. As a vital driver of economic development, the digital economy is gradually coming to the forefront. On the other hand, the real economy, as a significant component of traditional economies, remains the backbone of national economies.

Across the nation, sectors such as manufacturing, retail, and agriculture continue to dominate the real economy, despite the competitive pressures introduced by the rise of the digital economy. The real economy still plays a crucial role in employment, resource allocation, and infrastructure.

Looking at the current development trends, the convergence between the digital economy and the real economy is a prevailing trend. Many companies and industries are actively exploring how to integrate digital technology with traditional physical economy to achieve more efficient production and operations. In terms of supply chain integration, the application of digital technology blurs the boundaries between different industries. Many businesses are applying digital technology to supply chain management, logistics, and production processes to achieve more efficient resource allocation and production workflows. In terms of service innovation, the digital economy provides new service models for the real economy. FinTech is continually integrating with traditional finance, with FinTech companies using digital technology to provide more convenient and efficient financial services, compelling traditional financial institutions to accelerate their digital transformation to remain competitive in the digital economy era.

Furthermore, the development of the digital economy has given rise to emerging industries such as the sharing economy, smart manufacturing, and the Internet of Things, presenting new opportunities for the real economy. The emergence of the sharing economy has injected new vitality into traditional service industries. For instance, the advent of ride-sharing platforms has altered people's transportation habits by combining digital technology with traditional transportation services to provide more flexible and convenient transportation services. Meanwhile, the sharing economy model promotes resource sharing and efficiency improvement in the real economy. Many manufacturing companies have achieved intelligent and automated production processes through the introduction of digital technology, driving the transformation of the manufacturing industry.

In summary, the rapid development of the convergence between the digital economy and the real economy demonstrates the rich possibilities and potential of this integration. The widespread application of digital technology has revitalized the traditional real economy, promoting the optimization of economic structures and industrial upgrading. Additionally, the demands of the real economy provide practical application scenarios and market demands for the digital economy, collectively driving sustained economic growth and innovative development.

2.2. Challenges and Opportunities in the Integration of the Digital Economy and the Real Economy

As technology continues to advance and applications deepen, the integration of the digital economy and the real economy will continue to expand into new areas and opportunities, while also presenting numerous challenges. The introduction of digital technology can help traditional industries improve production efficiency and optimize management, thereby enhancing a company's competitiveness in the market. The deep integration of the digital economy and the real economy can optimize resource allocation and efficient resource utilization. Through the application of digital technology, market demand can be more accurately understood, reducing resource wastage. The development of the digital economy promotes cross-industry collaboration, deepening cooperation between traditional industries and technology companies, providing more opportunities for collaboration in the real economy and jointly advancing industrial development. The robust development of the digital economy provides consumers with more convenient and personalized consumption experiences, enabling the real economy to offer diversified products and services to enhance consumer satisfaction and loyalty.

In the process of the integration of the digital economy and the real economy, differences in regional economic development and the scale of enterprises, along with variations in the level of technology application, lead to disparities among different regions and companies. Some small and medium-sized enterprises may lack the capabilities and resources for digital transformation and face the risk of marginalization. The rapid development of the digital economy may have a significant impact on traditional industries, especially those in which the impact is substantial. Some companies may encounter difficulties in transformation and upgrading as they adapt to new competitive environments and changing consumer demands. The development of the digital economy may reduce the labor demand in some traditional industries, while the field of digital technology demands an increase in high-skilled talent, leading to adjustments in employment structures and imbalances in the supply and demand for human resources. Furthermore, the development of the digital economy re-

quires a substantial amount of data support, but it also brings about issues related to data security and privacy protection. Risks such as data breaches and cyberattacks can undermine trust among enterprises and consumers, hindering the deep integration of the digital economy and the real economy.

The deep integration of the digital economy and the real economy faces both challenges and rich opportunities. By addressing these challenges and leveraging the opportunities, the real economy can achieve sustained development and innovative transformation in the digital economy era. Governments, businesses, and various sectors of society need to collaborate in developing policy measures that are conducive to the development of the digital economy and the integration of the real economy, promoting a virtuous cycle of their convergence.

3.1. Driving Forces of Innovation

Innovation is a significant driving force for the integrated development of the digital economy and the real economy. They mutually reinforce each other, providing powerful momentum for sustained economic growth and societal progress. Innovation is the core driver of the convergence between the digital economy and the real economy. With the continuous advancement of information technology, emerging technologies such as artificial intelligence, big data, cloud computing, and the Internet of Things have brought about new possibilities for various industries. During the integration of the digital economy and the real economy, businesses utilize technological innovation to enhance production efficiency, optimize products and services, gaining a competitive edge in the market. Companies can use digital technology to discover new business models, explore new markets, and meet evolving consumer demands.

Simultaneously, the development of the digital economy creates new market opportunities for the real economy. The rapid growth of emerging digital economy sectors provides enterprises with more market space, sparking innovation and driving companies to explore new business models and development directions actively. The application of digital technology also offers opportunities for enterprises to enhance production efficiency and reduce costs. Under the impetus of the digital economy, the real economy achieves more efficient operational management, resulting in increased profits and a competitive advantage.

3.2. Industrial Transformation and Upgrading

Industrial transformation and upgrading are crucial areas in the integrated development of the digital economy and the real economy. They are not only a natural choice for sustained economic development but also essential measures for adapting to the digital age. The rapid development of the digital economy has had a profound impact on technology. Many traditional industries undergo technology-driven innovative transformations facilitated by digital technology. For example, manufacturing introduces technologies like smart manufacturing and the Internet of Things to improve production efficiency and product quality, while the financial sector advances financial technology innovation to provide more convenient financial services. Traditional industries upgrade services and implement customized production through digital means to meet the ever-increasing consumer demands.

The convergence of the digital economy and the real economy has given rise to numerous cross-industry collaborations and new ecosystems. Different industries collaborate and innovate, creating entirely new industrial models and business ecosystems. Industrial transformation and upgrading necessitate a workforce that is adaptable to new technologies and models. Enterprises need to invest in employee training and skill development to ensure that their staff possess the new digital skills and knowledge required.

In terms of environmental protection and sustainable development, the development of the digital economy has presented new environmental challenges, such as increased energy consumption and electronic waste. Therefore, industrial upgrading should consider environmental factors and promote green and low-carbon development. Industrial transformation and upgrading are strategic initiatives to adapt to the digital age, not only enhancing competitiveness and profitability but also promoting the transformation and optimization of economic structures. Governments, businesses, and society should actively promote industrial transformation and upgrading, providing a better development environment and support for the deep integration of the digital economy and the real economy.

3.3. Employment and Talent Development

Employment and talent development are crucial for the integrated development of the digital economy

and the real economy. The development in the digital age poses new challenges and opportunities for the labor market and talent demand. The convergence of the digital economy and the real economy may impact employment structures, with some areas of the traditional real economy experiencing reduced labor demand due to automation and digital production, while the digital economy may demand more high-skilled talent. The development of the digital economy requires the workforce to have new digital skills and knowledge, and the integrated development of the digital economy and the real economy necessitates a substantial number of innovative talents and interdisciplinary talents with knowledge and skills in multiple domains.

4. Promoting the Deep Integration of the Digital Economy and the Real Economy: Strategies and Recommendations

4.1. Support from Policies and Regulations

Support from policies and regulations is crucial for the development of the deep integration of the digital economy and the real economy. It helps create a favorable environment for development and guides businesses and various stakeholders to actively participate in this integration. The government can formulate industry policies that support key areas and industries in the integration of the digital economy and the real economy. It encourages investment in digital technologies to enhance the digitalization of traditional industries, strengthening the synergistic development between the digital economy and the real economy.

In terms of innovation incentives, the government can use measures such as tax incentives, startup funds, and technology innovation subsidies to encourage companies to increase their investment in research and development, facilitating the application and transformation of digital technologies within the real economy. Regarding support for cross-industry cooperation, the government can encourage collaborations across different sectors, promoting the deep integration of the digital economy and the real economy. Establishing funding for cross-industry cooperation projects and providing incentives can encourage collaborative innovation among businesses and leverage each other's strengths.

In terms of talent development policies, the government can increase support for talent development, encouraging universities and vocational training institutions to offer programs related to digital technology. This would help cultivate outstanding talents adapted to the development of the digital economy. To address data privacy protection, the government should enact strict data privacy protection regulations to ensure the security of personal and corporate data and enhance public trust in the digital economy. By establishing and reinforcing relevant regulations, it provides legal protection for the deep integration of the digital economy and the real economy, and enforces intellectual property protection laws to safeguard the rights and interests of innovation and creativity, promoting the sustainable development of the digital economy.

4.2. Cross-Industry Collaboration and Innovation Ecosystem Building

Cross-industry collaboration and innovation ecosystem building are essential elements in the development of the deep integration of the digital economy and the real economy. They involve collaborative efforts and innovation sharing among different industries, businesses, and innovation entities. Governments and businesses can collaboratively establish innovation ecosystem platforms, offering venues for businesses and innovators from various domains to communicate and cooperate. This provides a solid foundation for cross-industry collaboration by ensuring good infrastructure and resource support.

In the realm of cross-industry research and development cooperation, governments should encourage businesses to engage in cross-industry research and development partnerships, integrating technologies and resources from different industries to jointly develop new products or solve technological challenges. They can offer financial support and policy incentives to promote cross-industry collaboration in research and development. Strengthening industry-academia research cooperation is a vital means of achieving cross-industry innovation. In industry-academia research cooperation, businesses can collaborate with universities and research institutions on research projects, applying research findings to practical production, thereby driving industrial innovation and upgrading.

4.3. Learning from Experience and Comparative Analysis

Learning from the successful experiences and lessons of other regions can provide valuable insights for the development of your own province or region. Different provinces often adopt varying policies in the integration of the digital economy and the real economy. Through comparative analysis, you can understand the di-

verse approaches and their effects regarding relevant policies, industry support, innovation incentives, and more. This knowledge can inform the development of more scientifically sound policies for your own province.

Different provinces also exhibit distinct industrial structures and layouts in the integration of the digital economy and the real economy. In-depth research can help you comprehend the strengths and weaknesses of industrial development in various provinces, offering insights for the transformation and upgrading of industries within your own province. Furthermore, in terms of talent development and recruitment strategies, investments in technology innovation and research and development, as well as cross-industry cooperation and innovation ecosystem building, each province has its own practices and experiences. Learning from and emulating the successful experiences of other provinces or regions can help your province better plan and advance the deep integration of the digital economy and the real economy, ultimately achieving high-quality economic development and sustainable societal progress.

5. Conclusion

The deep integration of the digital economy and the real economy is considered a crucial trend for future economic development and a significant means to drive economic growth and innovation. However, this deep integration presents new challenges. Therefore, in-depth research on the deep integration of the digital economy and the real economy, exploration of effective collaborative development models, and the implementation of strategies and recommendations are essential for optimizing economic structures and improving the quality and efficiency of economic growth.

In an increasingly competitive economic landscape, only through deep integration can the digital economy and the real economy prosper together, laying a solid foundation for sustained regional economic growth and sustainable development in society.

References

1. hao Xiaojing. Deep integration of the digital economy and the real economy enables high-quality economic development under the new situation [J]. *Finance and Trade Research*, 2022, 33(12): 1-8.
2. Chen Yanxu, Zhan Zhenhai. The impact of digital economy on internal environmental governance of enterprises [J]. *China Agricultural Accounting*, 2021(8):6-7.
3. Hong Yinxing, Ren Baoping. The connotation and approach of deep integration of digital economy and real economy [J]. *China Industrial Economy*, 2023(2):5-16.
4. Jiang Song, Sun Yuxin. Empirical study on the impact of digital economy on the real economy [J]. *Scientific Research Management*, 2020, 41(5): 32-39.
5. Liu Yiwen, Tan Huizhong, Chen Xijun, et al. Research on the impact of digital economy development on the improvement of real economy investment efficiency [J]. *China Soft Science*, 2022(10):20-29.
6. Shi Dan, Sun Guanglin. The impact of the integration of digital economy and real economy on green innovation [J]. *Reform*, 2023(2):1-13.
7. Song Qinghui. Digital economy drives the transformation and upgrading of real industries [J]. *China Business Circle*, 2019(6): 46-47.
8. Xie Kang, Wu Yao, Xiao Jinghua. Data-driven adaptive innovation of organizational structure: Innovation logic of digital economy (3) [J]. *Journal of Beijing Jiaotong University (Social Science Edition)*, 2020, 19(3): 6-17.
9. Yu Donghua, Li Yunhan. Industrial organization innovation in the digital economy era: Taking the industrial chain group ecosystem driven by digital technology as an example [J]. *Reform*, 2021(7):24-43.

© Li Wenjuan, Zhang Panpan, 2023

UDC 339.92

THE IMPORTANCE OF THE SCO FOR COUNTRIES GREATER MEDITERRANEAN

SHPORTKO D. M.

student
of the Department Enterprise Economics
Sevastopol State University,
Russia, Sevastopol

Annotation: The Shanghai Cooperation Organization aims to create an effective platform for cooperation in Central Asia in accordance with the trends of the time, the needs of the region and the interests of the participating countries. The SCO's commitment to innovative thinking, security cooperation and regional coordination contributes to regional stability and development, and the accumulation of experience in building regional and world order. Sino-Russian cooperation, the efforts of the Shanghai Five, relations between member states and external pressure are the main factors that have led to a significant increase in trade turnover over the past two decades. In the interests of regional development and stability, as well as to strengthen its role in global governance, the SCO should continue to develop long-term-oriented plans and policies.

Key words: Shanghai Cooperation Organization, regional development process, China's future path, Russia.

Introduction

In the XXI century, there is a clear trend towards the creation of more multifunctional regional organizations, fully or partially focused on solving security problems. Coalitions, which at one time were focused on fighting specific opponents, are rare today, most groups are engaged in solving transnational problems, such as conflicts (internal and international) and terrorism [1]. It is no coincidence that the problems of interstate tension and intraregional conflicts are most acute in regions where there are no such structures or they are unstable. All these phenomena have been studied in detail, but the manifestations of tension on the territory of the former Soviet Union remain unexplored [2]

It is widely recognized in the world that the Shanghai Cooperation Organization (SCO) is often associated with undemocratic states that refuse to accept externally determined governance norms. These organizations are either illegitimate, or ineffective, or both. At the same time, not all countries agree with the SCO policy, but they do not deny that the SCO has a significant impact on the security and potential for further development of their vast territories. Therefore, the purpose of this article is to consider this established point of view, as well as to analyze in detail the role of the SCO in the global geopolitical arena and identify the key points of its development [4].

Goal

This article is devoted to the study of the activities of the SCO members (including the countries of the Greater Mediterranean), the analysis of the strengths and weaknesses of the organization and the consequences of its functioning.

In particular, this article examines China's bilateral ties with Morocco, Algeria and Egypt, and discusses China's policy towards Libya. At the same time, China's role in the region is still in a preliminary phase of development, primarily associated with soft influence and diplomacy. Beijing's growing ties in these countries are largely focused on trade, infrastructure development, tourism and manufacturing. [11].

Methods

As a study of the problems, it is necessary to use deductive and empirical methods of analyzing the

available open information about the SCO in order to identify the main characteristics of this organization [6].

Founded in 2001, the SCO includes China, as well as the Russian Federation and Central Asian states such as Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan. In 2017, the SCO was joined: India, Pakistan, and Iran in 2022 (Figure 1). The goals of this organization are to manage potential Sino-Russian competition. However, the SCO's open activities are primarily aimed at transnational threats and, in addition, at economic and infrastructural cooperation.



Fig. 1. Map of the SCO member states

Over the past 20 years, the SCO has had a considerable impact on the world community. Among the practical aspects of the activity should be mentioned: from 2012 to 2019, China sent 591 students to the SCO member states and accepted 326 students, conducted 14 anti-terrorist military exercises "Peace Mission", adopted SCO development strategies until 2025, etc.

At the regional level, the benefits of mutual cooperation have contributed to the growth of trade, investment and the creation of additional instruments of mutual cooperation and the economy: The GDP of the SCO member states is approaching \$20 trillion, which is more than 13 times more than at the beginning of the SCO's existence, and the total volume of SCO foreign trade is \$6.6 trillion, which is 20 times more than 20 years ago. It is noteworthy that this figure exceeds [13].

In order for the SCO (Shanghai Cooperation Organization) to play a more significant role in global governance and support the development of regional economies, the following steps can be taken:

Expand cooperation and strengthen integration: The SCO should actively develop cooperation with members of the organization, strengthen ties between countries, attract new participants and expand the areas of cooperation to economics, politics, culture, etc .

Stimulate trade and economic cooperation: The SCO should actively develop trade and economic ties between its members, simplify customs clearance procedures, reduce trade barriers and promote an increase in mutual trade and investment.

3. Develop infrastructure and energy cooperation: The SCO can contribute to the development of infrastructure projects in the region, such as transport corridors and energy highways, which will contribute to the development of regional economies and strengthen relations between countries.

Strengthen cultural exchange and cooperation: The SCO should develop cultural exchange between its members, support training and exchange of experience, promote mutual understanding and build trust [8].

Raise awareness and attract the attention of the world community: The SCO should actively inform about its achievements, its role and contribution to global governance, participate in international forums and organize its own events to attract attention and support from other countries and international organizations [9].

SCO Secretary General Zhang Ming responded to the conditions of the coronavirus pandemic: "The global spread of coronavirus is a common challenge facing all mankind. This not only poses a serious threat to

the security of peoples' lives, but also deals a heavy blow to the economic, social and other spheres of life of all countries. The international community needs to join efforts and take comprehensive measures to give a joint response." At the same time, at a meeting of the SCO heads of state in November 2020, a joint decision was made to jointly combat infection, and in September 2021, a Plan of joint advisory measures for 2021-2023 was approved.

The SCO supports the main countries in peaceful coexistence and achieving mutually beneficial regional cooperation. China and Russia, thanks to coordination within the SCO, have avoided aggressive competition, instead cooperating in Central Asia over the past 20 years. China has expanded relations primarily through expanding economic and commercial ties within the framework of President Xi Jinping's Belt and Road initiative. Initiative (BRI). Relations between China and North Africa include elements of both hard and soft power [10].

It is noteworthy that China's relations with the countries of Morocco, Algeria, Egypt, as well as Libya are determined by its official policy of non-interference in political affairs, unlike the policy of its historical Western partners. Similarly, these countries, to varying degrees, increasingly view China as a viable alternative partner to Europe and the United States, encouraging them to expand cooperation with Beijing not only in economic and cultural issues, but also in issues of diplomacy and defense.

This trend reflects the diversification strategy that the countries of Northern Africa are applying to their strategic alliances in order to gain some strength in negotiations with traditional partners, such as the United States of America and Europe. In general, the strategic direction of development of these countries means that China's presence will only expand, especially in the economic sphere. [12].

However, it is unlikely that countries such as China and Russia will replace Western economic and political influence in North Africa in the near future. However, due to the fact that Western countries are losing their key position in ensuring the safety of their citizens, as a result of which their ability to influence the dynamics of security in the Greater Mediterranean is becoming lower, China and Russia will be able to gradually strengthen their influence in the region.

Conclusions

The SCO supports the main countries in peaceful coexistence and achieving mutually beneficial regional cooperation. China and Russia, thanks to coordination within the SCO, have avoided aggressive competition, instead cooperating in Central Asia over the past 20 years.

At the same time, in accordance with the principles of openness and interactivity, the organization does not create either closed or exclusive circles, thereby ensuring its viability as an open international association. Since 2005, after Mongolia joined the SCO as an observer, the number of participating States has been growing. The SCO closely cooperates with the UN and the CSTO, as well as the UN Security Council, the OECD and the Agreement on Strategic Partnership in Asia. Innovative cooperation, openness and innovation are the main values of the organization.

Discussion

The Shanghai Cooperation Organization (SCO) is an international organization formed by member states located in Eurasia. Currently, the SCO includes China, Russia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Uzbekistan, Pakistan and India.

The SCO is actively developing economic ties between its member states. The organization is working to create favorable conditions for trade, investment and transport cooperation. Within the framework of the SCO, regular economic forums are held, where issues of cooperation in the field of trade, investment and development are discussed.

The SCO is committed to cooperation in the fight against international terrorism and extremism. The organization conducts joint military exercises and operations to ensure the security of the region. SCO members also actively exchange information and coordinate actions in the fight against drug trafficking and organized crime.

It also attaches great importance to cultural and humanitarian cooperation between Member States. The organization organizes festivals, exhibitions, concerts, sports events and other cultural events to strengthen mutual understanding and friendship between peoples. The SCO is also developing cooperation programs in

the field of education, science and student exchange.

And actively develops partnerships with other international organizations and States. The organization participates in dialogue with the UN, CIS, ASEAN and other regional and international structures. The SCO is also developing joint projects and programs with other States to promote peace, security and economic development.

The current situation in the SCO is characterized by increased activity and efforts of the organization's members to develop cooperation in various fields. The Organization continues to play an important role in ensuring the stability and development of the Eurasia region.

Enriching the "Shanghai spirit" and adhering to the principle of neutrality, the SCO is obliged to keep pace with the period and build fresh international affairs and unification with the cumulative future for the world's population. The generally recognized views of the SCO on security, formation and cooperation will make a fresh form of interaction and impact of the SCO on the mass geopolitical arena.

Another point of the SCO's rise is considered to be ensuring cohesion through communication and mutual respect of its members, their differences and chosen paths of formation, as well as the equality of giant and small states and the achievement of consensus among the participating countries through consultations.

The SCO is obliged to consolidate strategic communications and complementarity between its own members, continue to increase trust and eliminate suspicions, and also find common ground, discarding differences in the direction of mutually beneficial cooperation. Meanwhile, the SCO is following in the footsteps of improving the device for accepting conclusions, making proper supervisory and labor mechanisms, increase the construction of universities and make mediation mechanisms in incidents in order to increase the effectiveness of cooperation.

References

1. Avdokushin E.F. International economic relations: Textbook. — M.: Jurist, 2011. — 366 p.
2. Borisov S.M. The Ruble is the currency of Russia. M., 2004. pp. 309, 314.
3. Dergachev V.A. International Economic Relations: Textbook. M., 2009. p. 139.
4. Kornienko O.V. World Economy. St. Petersburg., 2009, p. 131.
5. World economy and international business: tutorial / Edited by V.V. Polyakov, R.K. Shchenin. M., 2010. pp. 511-512.
6. World Economy and International economic relations: textbook for bachelors / edited by R. K. Shchenin, V. V. Polyakov. — M.: Yurayt Publishing House, 2013. — 446 p.
7. Bolotin B. World economy for 100 years // World economy and international relations. 2001. No. 9. pp. 111-112.
8. Ivanov Yu. On the global international comparison of GDP in 146 countries of the world // Questions of Economics. 2008. No. 5. pp. 22-35.
9. Official website of the Central Bank of the Russian Federation. Access mode: <http://www.cbr.ru/statistics> (Accessed: 10/28/2022).
10. Official website of "Russia and the World Trade Organization". Press release, PRESS/729, Geneva, April 14, 2015, p.14. Access mode: https://www.wto.org/english/news_e/pres15_e/pr739_e.pdf (Accessed: 10/28/2022).
11. The official website of the free encyclopedia "Wikipedia". Access mode: <http://ru.wikipedia.org> (Accessed: 10/28/2022).
12. Description of the Mediterranean Institute for Regional Studies // Official website of the Mediterranean Institute for Regional Studies. Access mode: mirs.co/about-overviewpolicy.aspx . (Accessed: 10/28/2022).
13. The Mediterranean Yearbook of IEMed 2018 // Official website of the European Institute of the Mediterranean. Access mode: iemed.org/publicacions-en/historic-de-publicacions/anuari-de-la-mediterrania/sumaris/anuari-iemed-de-la-mediterrania-2018?set_language=en. (Accessed: 10/28/2022).

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЭКОНОМИКИ В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

ПАРШЕВНИКОВА ЕЛИЗАВЕТА ВАЛЕРЬЕВНА

студент
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Липецкий филиал, город Липецк

Научный руководитель: Суханов Евгений Васильевич

канд. эк. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Липецкий филиал, город Липецк

Аннотация: в статье описаны основные составляющие экономической безопасности. На примере проведения социальной политики в Липецкой области подробно рассмотрены социальная стабильность и поддержание уровня жизни населения как одни из единиц системы экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, общественная стабильность, социальная сфера, Липецкая область, региональный проект.

ENSURING THE SECURITY OF THE ECONOMY IN THE LIPETSK REGION

Parshevnikova Elizaveta Valeryevna*Scientific adviser: Sukhanov Evgeny Vasilyevich*

Abstract: The article describes the main components of economic security. Using the example of social policy in the Lipetsk region, social stability and maintaining the standard of living of the population as one of the units of the economic security system are considered in detail.

Key words: economic security, social stability, social sphere, Lipetsk region, regional project.

Традиционно экономическая безопасность государства характеризует важнейшую составляющую экономической системы, которая определяет способность данной системы к осуществлению интересов государства и общества, стабильному обеспечению народного хозяйства ресурсами, а также поддержанию достойного уровня жизнедеятельности населения страны [1]. Экономическая безопасность входит в систему национальной безопасности. В этой системе существует строгая взаимосвязь элементов: военная безопасность не может существовать в условиях слабой неразвитой экономики, а для существования эффективной экономики необходима социальная стабильность. В систему объектов экономической безопасности входят как вся экономическая система, так и ее составляющие элементы: природные богатства, производственные и непроизводственные фонды, недвижимость, финансовые ресурсы, людские ресурсы, хозяйственные структуры, семья, личность. Важнейшей задачей государства и его основной функцией выступает поддержание общественной стабильности и общественного развития. Одним из показателей Экономической безопасности является уровень и качество жизни населения. Для поддержания экономической безопасности государство должно предусмотреть рост

социальной стабильности в обществе и недопущение роста социальной напряженности.

Обеспечение экономической безопасности в социальной сфере в Липецкой области:

20 октября 2022 г Липецким областным Советом депутатов принят Закон Липецкой области, который называется «Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2030г» [2]. Данный закон подписан Губернатором Липецкой области И.Г. Артамоновым 25 октября 2022г., и определяет долгосрочное развитие Липецкой области. Создавая условия сохранения и приумножения здоровья и благополучия, закон обеспечивает высокий уровень качества жизни для населения, условия комплексного развития, создание комфортной и безопасной среды, обеспечивает достойные условия эффективного труда и предпринимательства для каждого жителя.

Данная стратегия развития социально-экономической сферы Липецкой области осуществлялась в рамках единой методики оценки и повышения конкурентоспособности региона – «Живая система управления будущим AV Galaxy». В ней принимали активное участие жители региона: с помощью созданного интернет-портала, собрания круглых столов и рабочих совещаний. Данная система специализируется на стимулировании роста конкурентоспособности по семи ключевым направлениям, одно из которого – человеческого капитала. Задачей данной стратегии на региональном уровне выступает создание наиболее эффективных экономических условий, при которых будет возможно осуществление привлечения, удержания и развития человеческого капитала, и которые дадут возможность пользоваться качественными услугами в сфере образования, здравоохранения, культуры, физкультуры и спорта, безопасных условий жизни.

На территории Липецкой области реализуется множество региональных и федеральных проектов. Наш Регион вошёл в программу Министерства образования и науки Российской Федерации.

В рамках развития региональной системы дошкольного образования по состоянию на 2023г во всех муниципальных образованиях области доступность дошкольного образования для детей от 0 до 3 лет, от 3 до 7 лет составляет 100%. Построены 7 ясельных корпусов для действующих детских садов в г. Липецк и один корпус в с. Ленино. Введены в строй 4 новых детских сада в Липецке, завершено строительство детского сада в с. Доброе. С целью привлечения молодых педагогов в дошкольные образовательные организации в Закон Липецкой области № 165-ОЗ «О мерах социальной поддержки педагогических, медицинских, фармацевтических, социальных работников, работников культуры и искусства, специалистов ветеринарных служб, лесного хозяйства» от 30.12.2004г внесены изменения, которые вступили в силу с 1 января 2023 года. Согласно данным изменениям педагогическим работникам дошкольного образования (молодым специалистам), впервые трудоустроившимся в государственные или муниципальные общеобразовательные организации области, установлена единовременная социальная выплата в размере 120 тысяч рублей

За последние несколько лет в области построены новые школы и около 80 учреждений отремонтированы. В рамках национального проекта «Образование» в 2022 году в г. Грязи по ул. Рождественская была построена и введена в эксплуатацию школа на 800 мест. К 2024 г планируется сдать в эксплуатацию школу на 1500 мест по ул. В. Музыки - М. Трунова и школу на 1224 мест в г. Лебедянь по ул. Некрасова, что обеспечит ученикам учебу только в первую смену. В рамках программы «Комплексное развитие сельских территорий» построены дополнительные школьные корпуса в п. Ключ Жизни и г. Лебедянь. В рамках регионального проекта «Модернизация школьных систем образования» выполнен капитальный ремонт школы в селе Становое и Лицея №5 в г. Елец. Школы, которые строятся в Липецкой области, сейчас больше напоминают образовательные центры.

Для популяризации инженерных и технических специальностей у школьников в нашем крае в 2022 открыты 27 Центров образования естественно-научной и технологической направленностей «Точка роста» [4]. Это позволяет учащимся сельских школ изучать естественные и технические дисциплины на новом учебном оборудовании; получать дополнительное образование в кружках цифрового, гуманитарного и других профилей. Кроме того, в регионе продолжается реализация мероприятий в рамках федерального проекта «Современная школа» национального проекта «Образование», направленного на поддержку образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья: оборудуются трудовые мастерские (швейные, столярные, кулинарные), специализированные учебные кабинеты, биб-

лиотеки, помещения для занятий внеурочной деятельностью. Создаются учебные кабинеты для психолого-педагогического сопровождения и коррекционно-развивающей работы с обучающимися с ОВЗ и детьми-инвалидами, а также кабинеты учителей - логопедов, учителей – дефектологов. Средства выделяются из федерального и областного бюджетов.

В рамках реализации регионального проекта «Спорт — норма жизни» национального проекта «Демография» в 2023 году на территории Липецкой области продолжается строительство спортивных сооружений: многофункциональные площадки для самостоятельной подготовки к выполнению и сдачи нормативов ГТО появились в Добровском, Грязинском, Лев-Толстовском и Липецком районах. Новый физкультурно-оздоровительный комплекс «Спортивный город» открыли на улице Титова, а в селе Волово построили физкультурно-оздоровительный комплекс открытого типа. Согласно Приказу управления физической культуры и спорта Липецкой области от 20.12.2022 № 481-О "Об утверждении календарного плана официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий Липецкой области на 2023 год», запланировано проведение более 865 различных Первенств, Кубков, Чемпионатов (один из них Кубок Губернатора Липецкой области по водным видам спорта) [5]. Виды спорта: парусный спорт, гребля, плавание, легкая атлетика, пулевая стрельба, футбол, регби, художественная гимнастика, различные виды единоборств, волейбол и другие виды спорта. В них приняли участие тысячи детей и взрослых. Все они обеспечивают развитие и оздоровление огромного количества населения Липецкой области.

В Липецкой области действует и Национальный проект «Здравоохранение», целью которого является осуществление комплекса мер для уменьшения процента смертности населения, находящегося в трудоспособном возрасте, ликвидации дефицита кадров в медицинских организациях, обеспечения доступа всех граждан к профилактическим осмотрам. В рамках программы комплексного развития сельских территорий и вышеуказанного национального проекта в области сделано следующее: в декабре 2023 планируется открытие поликлиники на 250 посещений в сутки в селе Доброе, в селе Ратчино Добровского района построили и ввели в эксплуатацию фельдшерско-акушерский пункт, позволяющий обслуживание около 800 жителей села. В рамках программы "Модернизация первичного звена здравоохранения" в Добринском и Хлевенском районах идет процесс реконструкции центральных поликлиник, а также был проведен ремонт детской поликлиники Липецкого района [7]. Федеральная программа "Борьба с онкологическими заболеваниями" позволяет открытие на базе Лебедянской центральной больницы Центра амбулаторной онкологической помощи. Кроме этого, медучреждения региона активно снабжаются новым высокотехнологичным оборудованием и современными транспортными средствами. В области действует программа «Губернаторские полтора миллиона», в рамках которой область пополняется врачами дефицитных специальностей.

Кроме того, происходит улучшение инфраструктуры области. Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» способствовал благоустройству более ста общественных территорий, что значительно повлияло на рост качества жизни граждан [8].

Рейтинговое агентство RAEX опубликовало ESG-рейтинг Липецкой области. Эксперты оценили уровень устойчивого развития в регионе на 73,4 балла из 100, что позволило поставить рейтинг А [9]. Таким образом, Липецкая область активно поддерживает экономическую безопасность России путем развития благосостояния граждан.

Список источников

1. Нуштаев И. В. О ключевых угрозах экономической безопасности современной России [Электронный ресурс]// Социально-экономические явления и процессы. электрон. науч. ст. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-klyuchevykh-ugrozah-ekonomicheskoy-bezopasnosti-sovremennoy-rossii> (12.11.2023)
2. Закон Липецкой области от 25.10.2022 №207-ОЗ «Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2030 года» // Официально опубликование правовых актов – ст.2-6. – URL:

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4800202211020006?ysclid=lopo4f36yv423976795&index=2>
(12.11.2023)

3. Официальный сайт правительства Липецкой области. [Электронный ресурс]. – URL: <https://липецкаяобласть.рф/> (12.11.2023)

4. РИА НОВОСТИ Липецкая область. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20211126/shkola-1760870995.html?ysclid=loppjdhjzl31631478> (12.11.2023)

5. Приказ УФКС Липецкой области от 20 декабря 2022 г. N 481-О «Об утверждении календарного плана официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий Липецкой области на 2023 год» // Управление физической культуры и спорта Липецкой области. – URL: https://sport48.ru/sites/default/files/documents_docs_insert/kalendarnyy_plan_oficialnyh_fizkulturnyh_i_sportivnyh_meropriyatij_lipeckoy_oblasti_na_2023_god_red._ot_08.06.2023.pdf (12.11.2023)

6. Город48. [Информационный ресурс]. – URL: <https://gorod48.ru/news/1933514/?ysclid=loppkyw0wb745368643> (12.11.2023)

7. Информационный портал здравоохранения Липецкой области. [Информационный ресурс]. – URL: <http://uzalo48.lipetsk.ru/node/14890?ysclid=loppmjmbuy598677446> (12.11.2023)

8. Минстрой России. [Информационный ресурс]. – URL: <https://minstroyrf.gov.ru/press/v-lipetskoj-oblasti-blagoustroili-17-novykh-obshchestvennykh-prostranstv/> (12.11.2023)

9. Сайт рейтинговой группы RAEX. [Информационный ресурс]. – URL: https://raex-rr.com/news/press-reliz/esg_rating_lipetsk_2023/ (12.11.2023)

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 349

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ

КОРОБЧИНСКАЯ КРИСТИНА НИКОЛАЕВНА,
ЕНИНА ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

студентки
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национально исследовательский университет»

Научный руководитель: Власова Ульяна Александровна
ассистент

ФГБОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»

Аннотация: данная статья посвящена исследованию законодательства в рекламной сфере. Авторы рассматривают имеющиеся проблемы в рамках правового регулирования рекламных правоотношений и предлагают пути их решения. Также в рамках настоящей статьи исследуются перспективы развития законодательства о рекламе и вносятся предложения в рамках корректировки или создания норм для Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе».

Ключевые слова: реклама, медиация, законодательство, правовое регулирование, коммерция, товары, услуги.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ADVERTISING LEGISLATION

Korobchinskaya Kristina Nikolaevna,
Enina Victoria Aleksandrovna

Scientific adviser: Vlasova Ulyana Aleksandrovna

Abstract: this article is devoted to the study of legislation in the advertising sphere. The authors consider the existing problems within the framework of the legal regulation of advertising legal relations and suggest ways to solve them. Also, within the framework of this article, the prospects for the development of advertising legislation are investigated and proposals are made as part of the adjustment or creation of norms for Federal Law No. 38-FZ of March 13, 2006 "On Advertising".

Key words: advertising, mediation, legislation, legal regulation, commerce, goods, services.

Законодательство о рекламе на сегодняшний день является достаточно перспективным правовым сектором, поскольку в связи с информатизацией общества и увеличением конкуренции во всех сферах, возросло и количество правонарушений, касающихся правил продвижения и других аспектов.

Реклама выполняет множество функций и позволяет упростить процесс получения прибыли лицами или организациями, которым необходимо реализовать товар, выполнить услугу, сделать популярным человека и многое другое.

Рекламный бизнес стремительно развивается и требует совершенствования законодательства, которое бы полноценно регламентировало все аспекты и так называемые «подводные камни».

На сегодняшний день основополагающим нормативным актом в этой сфере является Федераль-

ный закон от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе». Согласно статье 3 данного документа: «Реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [1].

Например, политическую рекламу, продвижение кандидатов на какие-либо политические посты и другие аспекты данный правовой акт не правомочен регламентировать.

Рекламная кампания, осуществляемая в Российской Федерации, характеризуется наличием следующих стандартов:

- существование богатой базы высококвалифицированных специалистов в области СММ, медиации, в том числе работающих в дистанционном формате;
- реклама адресуется неопределенному кругу лиц;
- направлена на повышение спроса на определенных лиц, компании, товары и услуги. Главный принцип – предпринимательская сфера деятельности;
- действие на основе принципов защиты чести и достоинства человека и гражданина;
- недопущение опубликования рекламы, которая призывает к насилию, пропаганде наркотических средств и психотропных веществ или иным образом ведет к процессу криминализации населения;
- выпускаемая реклама не должна принижать достоинства аналогичных товаров иных производителей, для увеличения спроса на афишированный продукт;
- реклама должна содержать достоверные сведения о стоимости, качестве товара или услуги и иные качественные характеристики;
- распространение в любой форме;
- комплектация и ассортимент товара должен совпадать с заявленной рекламой и другие.

Субъектами рекламной деятельности являются следующие участники (субъекты):

1. Рекламодатель, то есть продавец или изготовитель товара, либо лицо, обозначившее объект рекламирования;
2. Рекламопроизводитель – лицо, которое конвертирует имеющуюся информацию в рекламную форму;
3. Рекламораспространитель - лицо, которое распространяет рекламу любым не запрещенным законом способом;
4. Потребителями рекламы являются лица, к которым путем проведения рекламной кампании необходимо привлечь интерес к товару, услуги, лицу или иным объектам;
5. Спонсор – это субъект, предоставляющий материальные или иные средства для обеспечения рекламой физическое или юридическое лицо с целью увеличения спроса на производимый товар или оказываемую услугу.

Необходимо учитывать тот факт, что несколько перечисленных выше субъектов могут быть представлены в виде одного и того же лица, в частности, индивидуального предпринимателя.

Для понимания перспектив развития законодательства о рекламе необходимо выявить имеющиеся проблемы и найти возможные пути их решения.

Первой проблемой является пробел в федеральном законодательстве, связанный с отсутствием понятия «рекламная деятельность», что вызывает множество дискуссий в кругах ученых-правоведов, поскольку данная правовая категория очень часто приравнивается с понятием «реклама». Однако, рекламная деятельность представляет собой не саму информацию предпринимательского характера, призванную повысить спрос на товар, услугу или лицо, а в целом слаженный механизм работы рекламных кампаний, который реализуют всю рекламу, которая отвечает требованиям и не нарушает «букву» закона.

Решением данной проблемы может стать закрепление в Федеральном законе «О рекламе» основных положений, касающихся понятия и форм рекламной деятельности.

Следующим упущением современного законодательства в данной сфере является отсутствие в Уголовном кодексе Российской Федерации норм, которые регулировали бы положения, касающиеся ложной или незаконной рекламы. Такие статьи как 128.1 (Клевета) и 205.2 (Публичные призывы к осу-

ществлению террористической деятельности, публичное оправдание терроризма или пропаганда терроризма) могут применяться к лицу, намеренно опубликовавшему незаконный вид рекламы, однако отдельных положений, позволяющих привлечь лицо к уголовной ответственности за незаконную рекламную деятельность, в Уголовном кодексе нет [2].

Официальное закрепление и внесение в современное законодательство позволит устранить данный правовой пробел и решить имеющуюся в отечественной правовой системе проблему.

Третьей проблемой современной рекламной сферы является отсутствие, особенно на просторах сети Интернет как такового возрастного ограничения. Данный факт замедляет развитие рассматриваемой нами правовой области, а также снижает уровень доверия населения, в частности родителей несовершеннолетних подростков, так как свободный доступ ко всем ресурсам может стать следствием развития у ребенка расстройств психики.

Решить данную проблему позволит четкое разграничение возрастных категорий, например, установление на гаджеты определенных программ, которые могут оградить детей от ненужной рекламы.

Устранение имеющихся пробелов позволит сделать рекламную сферу еще более перспективной отраслью.

Одним из перспективных аспектов развития законодательства о рекламе является введение понятия «информирование» в Федеральный закон «О рекламе». Многие журналисты и фрилансеры (свободные работники в сфере СММ) около 5 лет предлагают официально оформить данное понятие, поскольку часто происходит путаница. Информировать могут не только средства массовой информации, но и органы исполнительной власти Российской Федерации, и публикации в сети Интернет. Отграничение данных категорий в рамках закона позволит упростить понимание рекламы и процесса ее распространения.

Следующим перспективным моментом является конкретизация определения «рекламы» в действующем федеральном законодательстве. Имеющееся на сегодняшний день данное понятие, которое мы упоминали выше, является очень расширенным и на практике приравнивает к рекламе любую информацию, хотя, на самом деле, это не так.

Такой позиции придерживается и Роскомнадзор. При этом, в соответствии с принципами «регуляторной гильотины», законодательные инициативы должны двигаться к увеличению норм прямого действия, а не создавать пространство для интерпретаций [3, с. 120].

Сферой, которая подлежит изменению и совершенствованию в рамках рекламного законодательства, является модернизация финансовых услуг, реклама коммерческих организаций, алкогольной продукции, лекарственных препаратов и иных областей. Это связано с тем, что имеющаяся в настоящее время конкуренция является избыточной и достаточно часто противоречит закону.

Федеральная антимонопольная служба, в связи с этим, предлагает регламентировать законодательно положения, которые бы устанавливали особый порядок предоставления рекламы населению, определенные рамки, позволяющие предпринимателям правомерно использовать информацию и корректно предоставлять потребителям рекламные сведения, с некими уточнениями в той или иной области.

Перспективным направлением также является социальная реклама – разновидность рекламы, направленная на привлечение к имеющимся общественным проблемам. Данные отношения на уровне Федерального закона «О рекламе» регламентированы недостаточным образом, что может явиться следствием внедрения в социум социально «бесполезной» рекламной информации. Подобный вид некоммерческой рекламы должен всегда сопровождаться социологическими опросами, реальными статистическими данными и иными необходимыми аспектами. Введение новых норм в законодательство позволит производить и поставлять действительно нужную и важную информацию, которая будет полезной для определенных категорий населения.

Следующим важным пунктом является контроль за рекламой, который также не закреплен на законодательном уровне. Реклама подлежит контролю, в том числе в лице уполномоченных органов, когда она уже опубликована и потребители уже сталкиваются с ней. Необходимо ужесточить надзор за рекламной деятельностью, так как это позволит не допускать проникновение ненужной или даже «вредной» рекламы.

По мнению И.Ю. Кулешовой: «для более эффективного противодействия ненадлежащей рекламе следует ввести для юридических лиц за неоднократное ее распространение административное приостановление деятельности на срок от шести месяцев до двух лет. Для юридических лиц такой вид наказания значительно строже, чем административный штраф, а значит, основная цель наказания – предупреждение совершения новых правонарушений, предусмотренных исследуемой статьей 14.3 КоАП РФ, будет достигнута, и потребители в большей степени будут защищены от ненадлежащей рекламы» [4, с. 20].

Заключительным в рамках данного исследования является вопрос самостоятельного рекламного регулирования – довольно перспективная область современной сферы медиации. Этот аспект заключается в деятельности участников предпринимательской деятельности, который уже на начальном этапе предполагает тщательное изучение Федерального закона «О рекламе», сопоставление сделанной рекламы с требованиями данного нормативного правового акта.

Саморегулирование позволит упростить процесс проверки уполномоченными органами рекламной информации, снизит количество незаконной или ненужной рекламы, а также, в целом, законодательство о рекламе станет перспективным актом, который обладает авторитетом как в средствах массовой информации, так и для коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов рекламной деятельности.

Подводя итог представленному исследованию, мы пришли к выводу о том, что, на современном этапе отечественное законодательство является перспективной правовой отраслью, которая характеризуется постоянным развитием и совершенствованием.

Основными перспективными сферами при анализе Федерального закона «О рекламе», на наш взгляд, являются следующие:

- введение понятия «информирование»;
- конкретизация расширенного определения «рекламы»;
- модернизация сферы финансовых услуг и иных коммерческих областей, подлежащих рекламе;
- недопущение монополии и развитие здоровой конкуренции между предпринимателями и организациями;
- создание действительно актуальной социальной рекламы;
- увеличение контроля за рекламой;
- становление самостоятельного рекламного регулирования.

Вышеперечисленные сферы могут стать действительно перспективными, на наш взгляд, исключительно в случае законодательного закрепления недостающих аспектов в Федеральном законе «О рекламе».

Список источников

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. №12. Ст.1232.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 25.03.2022) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.
3. Модернизация закона «О рекламе»: диалог отрасли и государства для разрешения противоречий. Источник: <https://lenta.ru/articles/2022/12/09/mdrnzrek/>. Дата обращения: 22.10.2023.
4. Кулешова, И.Ю. Некоторые аспекты административно-правового регулирования противодействия ненадлежащей рекламе // Административное и муниципальное право. 2017. № 2. С. 18-25.

УДК 331

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ

ЯНКОВСКАЯ ДИНА ГЕННАДЬЕВНА,

к.э.н. (доцент), доцент кафедры учета, анализа и аудита

КОМАРОВА ДАРЬЯ ПЕТРОВНАстудентка факультета «Экономика»
Казанский федеральный университет
г. Казань, РФ

Аннотация. Оценка эффективности деятельности персонала организации входит в состав тем исследований вопросов менеджмента организации, не теряющих своей актуальности. Деятельность персонала, как и деятельность общества, многогранна. Подходить к оценке ее эффективности с точки зрения исключительно экономической недостаточно. Необходимо учитывать и прочие аспекты проявления деятельности человека на производстве. А именно – социальный, психологический, творческой самореализации, мотивационный, стратегического развития организации, инновационной активности и пр. На определенных этапах развития общественных отношений, исходя из потребностей рынка и требований конкурентной борьбы в деятельности организации приобретают значение самые различные стороны развития организации и деятельности ее сотрудников. Исследователи ищут методологическую основу для того, чтобы обобщить разнообразные аспекты деятельности организации, подходы к оценке эффективности ее работников.

Ключевые слова: кадры, эффективность, оценка, персонал, обучение, потенциал.

PROBLEMS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

**Yankovskaya Dina Gennadievna,
Komarova Daria Petrovna**

Annotation. Evaluation of the effectiveness of the organization's personnel is part of the research topics of the organization's management issues that do not lose their relevance. The activities of the staff, as well as the activities of the company, are multifaceted. It is not enough to assess its effectiveness from an exclusively economic point of view. It is necessary to take into account other aspects of the manifestation of human activity in the workplace. Namely, social, psychological, creative self-realization, motivational, strategic development of the organization, innovation activity, etc. At certain stages of the development of public relations, based on the needs of the market and the requirements of competition in the activities of the organization, the most diverse aspects of the development of the organization and the activities of its employees become important. Researchers are looking for a methodological basis in order to summarize various aspects of the organization's activities, approaches to evaluating the effectiveness of its employees.

Key words: personnel, efficiency, evaluation, personnel, training, potential.

Оценка потенциала персонала является важной характеристикой содержания той модели управления, которая реализуется на производстве. Оценка персонала так или иначе предполагает определение роли сотрудников в процессе производства. С точки зрения того, каким образом определяется место человека на предприятии прослеживается эволюция концепций управления персоналом [2].

До 60-х годов XX-го века в практике управления господствовала экономическая концепция управления персоналом. В соответствии с положениями этой концепции участие человека в процессе производства измеряется показателями трудозатрат, заработной платы и прочими показателями, которые имеют сугубо экономическое содержание. В 30-е годы были сформированы положения организационно-административной концепции управления персоналом [5]. В этой концепции человек рассматривается с точки зрения исполнения определенных функций на предприятии, которые устанавливаются документами, регламентирующими его деятельность.

Организационно-социальная концепция в отличие от вышеупомянутых концепций предполагает рассмотрение человека как ресурса, требующего бережного к себе отношения. Сторонники этой концепции предполагают, что в процессе производства и включения в административно-организационные отношения необходимо учитывать морально-психологическое состояние работника.

С позиции гуманистической концепции управления персоналом работник привносит в деятельность предприятия наибольший вклад в том случае, если относится к исполняемым им обязанностям с элементами творчества, реализуя при этом свой творческий потенциал [2].

Каждая из названных концепций предполагает формирование определенного подхода к управлению персоналом и оценке эффективности его деятельности (Рисунок 1).

Развитие теории управления со всей очевидностью идет по пути все большего учета роли человека в процессе производства, причем это движение предполагает все более усиливающееся внимание к индивидуальным качествам персонала, возможность включения в процесс производства тех характеристик работников, которые содержат в себе инновационный потенциал. В современных исследованиях приводится рассмотрение и сопоставление множества интерпретаций указанных подходов. Каждая из таких интерпретаций предполагает акцент на отдельных характеристиках, значимых для предприятий в определенных условиях и обстоятельствах. Можно утверждать, что в реальной работе указанные концепции и подходы к управлению персоналом и оценке эффективности его деятельности не идут на смену друг другу, а сосуществуют.

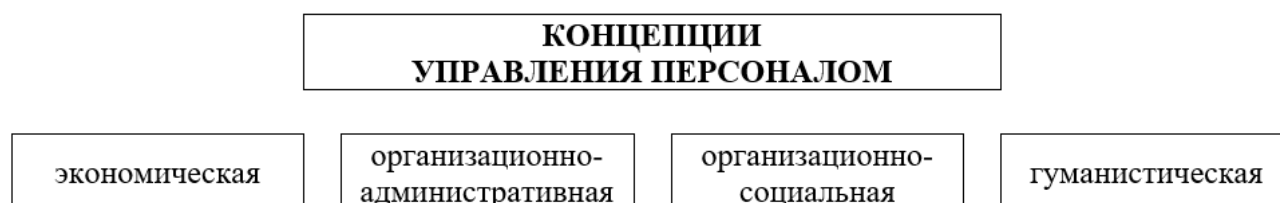


Рис. 1. Концепции и подходы к управлению персоналом и оценке эффективности его деятельности

К настоящему времени получили обоснование самые разнообразные подходы к оценке управления персоналом. Каждый из них отражает определенные общественно-значимые ценности и принципы организации управления персоналом, методологические позиции и цели управления организацией, объекты и субъекты оценки, применяемый инструментарий и прочие характеристики.

В самом обобщенном виде группировка подходов к оценке управления персоналом представляет собой разделение на традиционные и современные подходы. Принципы обобщения в данном случае предельно просты. К традиционным подходам относятся те, что в настоящее время используются на предприятиях, а к современным те, что преследуют цели улучшения работы предприятий и организаций, решение перспективных задач управления персоналом, инновационное развитие и пр. [3].

С общих методологических позиций можно назвать основные подходы, которые применяются при формировании системы оценки деятельности персонала предприятия.

1. Системный подход. Он предполагает рассмотрение оценки деятельности персонала как подсистемы управления персоналом и предприятия в целом. Основное внимание уделяется наличие обоснований критериев оценки персонала тем функциям, целям и задачам, которые возлагаются на службу управления персоналом предприятия, как на одно из подразделений предприятия.

2. Ситуационный подход. С этой методологической позиции оценка персонала формируется ис-

ходя из целей, которые ставит перед собой предприятие.

3. Программно-целевой подход. Оценка деятельности персонала при данном подходе привязана к целевым показателям деятельности предприятия, является составной частью программных мероприятий.

4. Количественный подход. В данном случае предполагается максимальная формализация оценок деятельности персонала, применение математических моделей, призванных дать характеристику текущего состояния и перспектив развития персонала предприятия.

5. Комплексный подход. Этот подход предполагает сочетание критериев и методов оценок деятельности персонала. Это сочетание формируется под влиянием проблем деятельности предприятия, возникающих как во внутренней, так и во внешней среде.

6. Процессный подход. Оценка формируется в процессе непрерывного наблюдения за деятельностью персонала, отслеживая выполняемые им функции, контролируя результаты, мотивацию работы и пр.

7. Маркетинговый подход. В данном случае во главу угла оценки ставится удовлетворенность потребителей деятельностью персонала, отсутствие нареканий к работе сотрудника со стороны клиентов и поставщиков, выполнение плана продаж и пр.

Как уже было сказано, оценка персонала является необходимой составляющей работы предприятия и неразрывно связана с общей работой по управлению персоналом. Разнообразие концепций, подходов и методов управления персоналом требует поиска общей методологической основы. Исследователями предлагаются самые разные подходы, которые бы позволили обобщить существующие методологические наработки. Среди них особого внимания заслуживают те, что основной упор делают на оценке качественных параметров персонала, предполагают квалификационный рост и потенциал для инновационной активности. С этой точки зрения наибольшими перспективами для формирования обобщающей методологической основы располагает компетентностный подход [5].

Формирование и продвижение компетентностного подхода в практике управления происходило в работе компаний США. В этой стране до 70-х годов при приеме на работу главным образом учитывались данные об академической успеваемости и результаты тестов на определение уровня интеллекта – intelligence quotient (IQ). Однако, столь ограниченный набор критериев не позволял достаточно эффективно осуществлять отбор персонала, учитывать те его характеристики, которые реально будут востребованы при исполнении работниками возлагаемых на них функций.

Д.Мак-Клелландом была предложена идея проведения специализированного анкетирования соискателей. Разработанная им система тестов была ориентирована на выяснение внутреннего состояния соискателей, а именно – ценностей, настроения и установления мотивов, которыми будет руководствоваться работник в дальнейшем [4]. Идеи Д.Мак-Клелланда возникли не на ровном месте. Сам по себе термин «компетенция» был введен в оборот в конце 50-х годов в практике работы компании White. Под ним подразумевались наилучшие практики исполнения работниками возлагаемых на них функций. В кадровой работе широко применялись и совершенствовались методики анкетирования, тестирования и контрольных измерений персонала, в том числе Г.Мюррея, Д.Фланагана и др. [3]. Однако, именно идеи Д. Мак-Клелланда получили наиболее последовательное развитие в рамках компетентностного подхода [4].

Развитие компетентностного подхода велось по многим направлениям. Рассматривались структурные и типологические особенности компетенций, уточнялись особенности их применения на практике. Представляют интерес исследования Л.Спенсера и С.Спенсера, результаты которых были опубликованы в 1993 году [2]. Обобщая накопленный к этому времени опыт был разработан словарь компетенций и индикаторов их мониторинга, подробно рассмотрены практики их применения и наиболее эффективного использования. Свое развитие компетентностный подход получил в европейской науке.

Термин «компетенция» в практике управления возник еще в XVI веке. Под ним подразумевалось прежде всего объем полномочий, которыми располагал определенный орган управления или должностное лицо. Дальнейшие интерпретации этого термина предполагали учет заинтересованности органа или лица к исполнению возложенных функций, а также возможности к их реализации [5].

Термин «компетентность» вошел в практику управления позже – в XVIII веке. Компетентность

изначально предполагала наличие у персонала следующих характеристик: необходимые знания и навыки, уровень мышления и ответственность у работника за принимаемые решения. В дальнейшем этот перечень главным образом пополнялся новыми характеристиками. В том числе: соответствие деятельности работника к тем требованиям, которые устанавливаются в организации, адаптационные характеристики работника к изменяющимся условиям, достижение планируемых показателей, а также различные личностные характеристики работника.

Разнообразие интерпретаций применения компетентностного подхода обусловлено и различиями в организации управления предприятиями в странах мира.

Таким образом, в практике работы компаний стали применять свои интерпретации уровня, который закладывается при установлении компетенций. Возникают новые интерпретации применения этого подхода, адаптированные под условия национальных экономик. Компетентностный подход создает методологическую основу оценки эффективности деятельности персонала. Но остается огромное количество вопросов применения его на практике. Об этом свидетельствуют его разнообразные интерпретации.

Российский вариант построения системы управления персоналом и оценки его деятельности не может быть сведена ни к одной из упомянутых моделей. Эффективная работа с персоналом в российских условиях может быть построена при учете традиций, сложившихся в предшествующий период развития, при привлечении методик управления и оценки персонала, которые возникли в международной практике [4].

Исследователи отмечают, что в России существенное влияние на управление персоналом оказывает статус предприятия. Иными словами, положение предприятия на мировом рынке, его роль в экономике страны предопределяет выбор методов управления кадрами.

Список источников

1. Аверченко Л.К. Управление персоналом в организации : учеб. пособие. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2022. – 203 с.
2. Александрова Е.Н., Кочиева А.К. Менеджмент: учебное пособие. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. – 171 с.
3. Герасимова О. Е., Болдырев Е.А. Управление персоналом: методы и технологии набора и отбора персонала: практическое руководство. – Казань: Центр инновационных технологий, 2020. – 75 с.
4. Герасин А.А. Теория и методы управления персоналом на предприятиях Японии: диссертация ... кандидата экономических наук: 22.00.03. – М., 2018. – 144 с.
5. Гончаров В.В. Ключевые элементы управления и их практическое значение. – М.: МНИИПУ, 2018. – 190 с.
6. Горбатова М.М. Методы управления персоналом: Учеб. пособие. – Кемерово: ООО Компания ЮНИТИ, 2022. – 155 с.
7. Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Коновалова В.Г. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 156 с.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 339.137.2

ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА САЛОНА КРАСОТЫ

КИРИЛЛИНА ТУЙАРА ВАСИЛЬЕВНА

студент

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова»

*Научный руководитель: Винокурова Марфа Александровна**ст. преп.**ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова»*

Аннотация: для поддержания уровня конкурентоспособности предприятия, привлечения клиентов, организации необходимо обладать конкурентными преимуществами. Чем больше конкурентных преимуществ, тем лучше. В данной работе рассмотрены факторы, формирующие конкурентные преимущества салона красоты и предприятия в целом.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, факторы, предприятие, салон красоты, конкурентоспособность, внешние факторы, внутренние факторы.

FACTORS SHAPING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF A BEAUTY SALON

Kirillina Tuyara Vasilyevna

Scientific adviser: Vinokurova Marfa Alexandrovna

Abstract: To maintain the level of competitiveness of the enterprise, to attract customers, the organization needs to have competitive advantages. The more competitive advantages, the better. In this paper, the factors that form the competitive advantages of a beauty salon and an enterprise as a whole are considered.

Key words: competitive advantage, factors, enterprise, beauty salon, competitiveness, external factors, internal factors.

Конкурентное преимущество является важным элементом маркетинговой стратегии для малого бизнеса, и для предприятия в целом. Салон красоты как малое предприятие является конкурентным предприятием в своей сфере. Чтобы выделиться, необходимо обладать конкурентными преимуществами, привлекая клиентов выбирать именно этот салон.

Целью данной работы является изучение факторов, формирующих конкурентные преимущества предприятия, салона красоты для поддержания уровня конкурентоспособности, привлечения потенциальных клиентов, потребителей.

Для понимания того, каким конкурентным преимуществом обладает предприятие, необходимо выделить факторы, которые формируют эти конкурентные преимущества. Конкурентные преимущества предприятия формируются под непосредственным влиянием факторов его внешней и внутренней среды [1].

Конкуренция – это соперничество между людьми или предприятиями, которые заинтересованы в одном и том же. Экономистом М. Портером впервые была разработана концепция конкурентных преимуществ. По его мнению, конкурентное преимущество «возникает как результат нахождения и

использования уникальных, отличных от соперников, способов конкуренции, которые могут содержаться некоторый период времени» [2, с. 14].

Конкурентное преимущество фирмы – это характеристика товара (услуги), которые создают для фирмы превосходство над своими прямыми конкурентами [3, с. 451-452]. Существуют основные факторы конкурентного преимущества, которые задают фундамент. На них необходимо равняться для выделения конкурентных преимуществ любого предприятия.

Основные факторы конкурентного преимущества:

1. Полезность. Преимущество должно приносить пользу предприятию, предоставлять возможности для повышения прибыли.
2. Уникальность. Неповторимость, эксклюзивность – привлечение внимания потенциальных клиентов.
3. Защищенность. Организация должна быть защищена с юридической стороны, во избежание детального копирования и стабильности в долгосрочной перспективе. Это должно быть сделано для того, чтобы эффективность его как предприятия первопроходца не уменьшилась.
4. Ценность. Предоставление ценности в глазах целевой аудитории. Целевая аудитория должна высоко ценить конкурентное преимущество услуги или товара.

Выделяют следующие факторы конкурентного преимущества предприятия:

- внешние факторы – те факторы, которые почти не зависят от предприятия;
- внутренние факторы – они почти целиком определяются руководством организации.

Если внешние почти не зависят от предприятия, то внутренние факторы зависят в основном от руководства. Конкурентные преимущества предприятия достигаются реализуются персоналом. Внутренние конкурентные преимущества предприятия можно разделить на пять групп:

- 1) структурные, которые образуются при проектировании предприятия;
- 2) ресурсные, которые образуются при проектировании, функционировании и развитии;
- 3) технические, образуемые при проектировании, функционировании и развитии;
- 4) управленческие;
- 5) рыночные [4, с. 43].

Среди внешних факторов конкурентного преимущества можно выделить такие факторы, как:

- конкурентоспособность страны, отрасли, региона;
- уровень конкуренции во всех областях деятельности;
- поддержка малого и среднего бизнеса со стороны государства;
- поддержка развития человека, науки, инновационной деятельности со стороны государства;
- уровень экономики страны, отрасли, региона;
- национальная система стандартизации и сертификации;
- налоговые ставки в стране и регионах;
- наличие и доступность природных ресурсов;
- климатические условия и географическое положение;
- качество подготовки и переподготовки управленческих кадров [4, с. 43].

Можно выделить внутренние факторы конкурентного преимущества:

- цели и миссия предприятия;
- структура организации;
- конкурентоспособность персонала;
- доступ к ресурсам и сырью;
- поставщики;
- реклама;
- имидж;
- качество предоставления услуг.

В основе внешних конкурентных преимуществ лежат свойства продукта или услуги, которыми они выгодно отличаются от аналогичных товаров других участников рынка и составляют повышенную

потребительскую ценность для клиентов. Эти факторы в какой-то степени предприятие может контролировать.

Конкурентоспособность определяется многими параметрами: рекламой, снижением цен, разнообразием и эксклюзивностью услуг, повышением качества услуг и т.п.

К факторам, формирующим конкурентные преимущества салона красоты, можно отнести:

– внутренние: цели и миссия предприятия, персонал, поставщики, доступ к качественному и дешевому сырью и ресурсам, оборудование, функционирование системы менеджмента, реклама, качество предоставления услуг, финансовая устойчивость;

– внешние: меры поддержки малого бизнеса, месторасположение, политическая стабильность, конкурентоспособность региона.

На конкурентоспособность как предприятия в целом, так и салона красоты влияют внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества. Внешние факторы – это те, проявление которых в меньшей степени зависит от предприятия. А внутренние факторы проявляются в зависимости от действий, решений персонала и руководства организации.

У любого конкретного предприятия могут быть любые конкурентные преимущества, и факторы, их формирующие. Разные факторы, разное сочетание конкурентных преимуществ, разный приоритет к преимуществам.

Чем больше у предприятия конкурентных преимуществ, тем выше у нее эффективность, конкурентоспособность. Поэтому необходимо увеличивать количество конкурентных преимуществ и улучшать систему управления предприятия. От руководителя, управления предприятием, тем, как организована работа персонала зависит очень многое.

У салона красоты всегда и везде много конкурентов, он является конкурентным предприятием. Поэтому, к разработке плана и работы предприятия необходимо подходить серьезно. Для большей конкурентоспособности нужно работать с конкурентными преимуществами, а для выделения конкурентных преимуществ необходимо понять, найти факторы, которые формируют эти конкурентные преимущества.

Список источников

1. Галиев, Э. Д. Анализ факторов, влияющих на формирование конкурентных преимуществ // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016026395?ysclid=lol5w5d682949760453> (06.11.2023)

2. Вайцеховская, С. С., Токарева Г. В., Пономаренко, М. В., Скиперская, Е. В. Исследование конкурентных преимуществ организаций, их видов, источников и путей развития : учебное пособие – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2023. – 128 с.

3. Чудновский, А. Д., Королев, Н. В., Гаврилова, Е. А., Жукова, М. А., Зайцева, Н. А. Менеджмент туризма : учебник – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.

4. Дубинина, Н. А. Факторы, формирующие конкурентные преимущества предприятия / Дубинина, Н. А. // Вестник АГТУ. – 2006. - №4 (33). – с. 42-45.

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 004.738.5

ИНТЕРНЕТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БЫТОВЫХ УСЛУГ

СТЕПАНОВА ДИАНА НИКОЛАЕВНА

студент

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова»

Аннотация: Основой современных рынков является Интернет и все его возможности. Рост рынка, который полностью опирается на сеть, происходит быстро и в разных направлениях. Продвижение бытовых услуг в Интернете имеет свою специфику, которая выражается в информационной среде, оперативности предложений и разнообразных сервисных возможностях. Благодаря Интернету возможно усовершенствовать бытовые услуги и идти в одну ногу со временем.

Ключевые слова: Интернет, маркетинг, маркетинговые коммуникации, бытовая услуга, реклама, продвижение.

Развитие сферы бытовых услуг и повышение конкурентоспособности сервисных компаний требуют применения маркетинговых методов. Однако, по сравнению с производственной сферой, сфера бытовых услуг отстает в области маркетинга. Обычно маркетинговые методы используются только в случае увеличения конкуренции, роста затрат или снижения качества обслуживания. Тем не менее, большинство руководителей сервисных компаний осознают важность маркетинга, и эти функции выполняются в определенной степени, даже без наличия маркетинговой структуры.

Важной задачей является создание маркетингового продвижения для сервисной компании. Для успешного решения этой задачи необходимо получить соответствующую информацию. Бытовые услуги выполняют несколько функций: они увеличивают досуг экономически активного населения, способствуют рациональному использованию денежных доходов и повышают эффективность общественного производства. Маркетинговые приемы в сфере бытовых услуг позволяют разрабатывать алгоритмы управления маркетинговыми процессами сервисных компаний, включая планирование, анализ и оценку маркетинговой деятельности с целью увеличения объемов продаж бытовых услуг населению.

Механизм продвижения включает любую форму коммуникации, которая информирует, убеждает и напоминает о товарах, услугах, общественной деятельности и идеях. Создание авторитетного имиджа компании и услуги, а также формирование имиджа компании, основанного на низкой цене и инновационном характере, требует продвижения услуг. Кроме того, продвижение услуги направлено на информирование потенциальных потребителей о сути и особенностях услуги, а также на поддержание ее популярности среди уже известных потребителей.

Для продвижения услуг в Интернете используется поисковая оптимизация, которая представляет собой комплекс мер, направленных на улучшение позиции веб-сайта поставщика услуг в результатах поисковой системы. Это один из инструментов, который специалисты в области информационных услуг могут использовать для повышения популярности и привлекательности сервиса. Используя компьютерные технологии и Интернет, специалисты могут разработать комплекс мероприятий, который поможет улучшить процесс продвижения услуг.

Поисковая система насчитывает около 5 миллиардов пользователей, которые ежемесячно выполняют около 110 миллиардов запросов. Контент-таргетированная реклама игнорируется примерно 70% пользователей Интернета. Около 40% всех покупателей заходят в интернет-магазин через поисковые системы. Благодаря поисковой оптимизации новые проекты, услуги и продукты узнаваемы примерно у 46 % пользователей. Поэтому не следует недооценивать важность поисковой оптимизации в

маркетинговых кампаниях.

Согласно опросу, проведенному NPD Group, более половины покупателей посещают сайт через поисковые системы Яндекс и Google. Конверсия посетителей в клиентов, использующих эти поисковые системы, значительно превышает результаты всех других источников трафика. Инвестиции в улучшение интернет-услуг с помощью поисковых систем также окупаются с высокой рентабельностью инвестиций в 42%. Для сравнения, рентабельность инвестиций в баннерную рекламу составляет всего 4%.

Плюсы и минусы продвижения сайта в поисковых системах очевидны (рисунок 1).

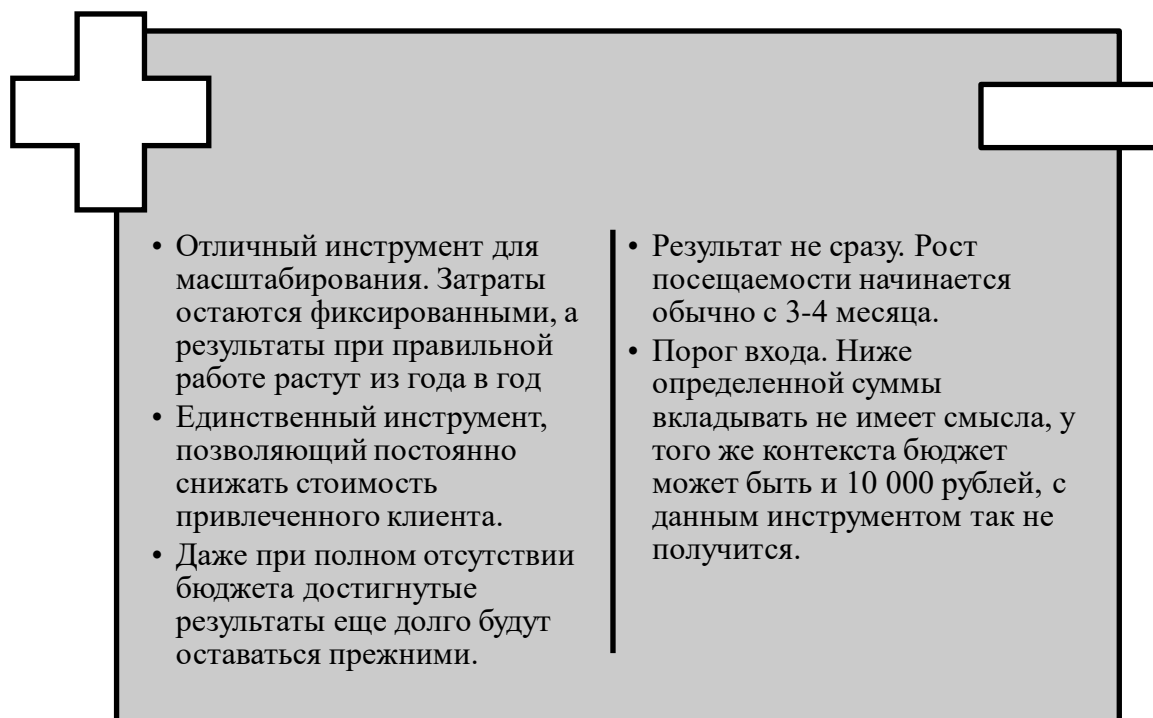


Рис. 1. Плюсы и минусы продвижения сайта в поисковых системах

Чтобы занять высокое место в результатах поиска, сайт должен соответствовать требованиям Google и Яндекс с точки зрения дизайна, простоты использования, содержания и структуры. Таким образом, проекты, направленные на продвижение услуг в Интернете и занимающие лидирующие позиции, должны иметь следующие характеристики:

- уникальный контент, структурированный, лаконичный и не поддельный;
- дизайн, соответствующий тематике сайта;
- функциональная и удобная навигация для быстрого поиска;
- грамотная структура сайта.

Контекстная реклама – важный маркетинговый инструмент, который позволяет направлять рекламу определенной услуги потенциальным клиентам. Обычно этот метод распространения информации показывается в верхней части списка поисковых систем для ответа на запросы пользователей. Другими словами, пользователи видят рекламу того, что ищут.

Использование контекстно-ориентированной рекламы для продвижения веб-сайта в Интернете является основным методом поисковой оптимизации. Если результаты SEO будут видны только через 3 месяца, контент-таргетированная реклама даст немедленные результаты. Без этого невозможно проинформировать целевую аудиторию о текущих акциях и предложениях вашей компании.

Одним из важных преимуществ этого метода распространения информации для улучшения обслуживания является то, что рекламодатели платят только за достигнутые результаты, а не за запланированные. Это достигается с помощью системы оплаты кликов, в отличие от оплаты показов.

Продвижение рекламы, ориентированной на контент, имеет несколько факторов, влияющих на ее эффективность. Точность ключевых запросов играет важную роль, поскольку она определяет, как именно текст объявления соответствует ключевым словам. Кроме того, регулярные обновления рекламы временно способствуют повышению эффективности на 30-40%.

Также необходимо отметить smm-продвижение. Социальные сети можно использовать для увеличения трафика. Стоимость smm может существенно отличаться от рекламы в поисковых системах (в 2-5 раз), однако она обеспечивает высокий коэффициент конверсии. Социальные сети позволяют вам рекламировать компанию или услугу, используя опросы, обзоры, рейтинги услуг и т. д.

Таким образом, улучшение объемов продаж бытовых услуг населению достигается благодаря разработке маркетинговых стратегий и методов управления маркетинговыми процессами в сфере сервисных компаний. В Интернете существует множество способов продвижения бытовых услуг. Целью рекламы является привлечение целевой аудитории.

Список источников

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
2. Борисов, А.А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
3. Гончаров, В.Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курпиченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
4. Гуриева, Л.К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. – Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. – С. 120-126.
5. Карасев, В.А. Роль интернет-маркетинга в деятельности современных компаний / В. А. Карасев // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2019. – № 21. – С. 24-27.
6. Пугачева, С. Д. Онлайн-маркетинг: проблемы и возможности / С. Д. Пугачева, А. Е. Игнатъев // Наукосфера. – 2021. – № 2-1. – С. 175-183.

© Д. Н. Степанова, 2023

УДК 33

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ СЕРВИСА

СИДОРОВА РОЗА КОНСТАНТИНОВНА

студент

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет» имени М.К. Аммосова

Научный руководитель: Винокурова Марфа Александровна

ст. преп.

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова»

Аннотация: в статье раскрывается влияние использования искусственного интеллекта в сфере сервиса в целях повышения эффективности труда человека и показателей бизнеса в целом.

Ключевые слова: искусственный интеллект, сервис, сфера сервиса, бизнес.

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SERVICE SECTOR

Sidorova Roza Konstantinovna*Scientific adviser: Vinokurova Marfa Alexandrovna*

Abstract: The article reveals the impact of the use of artificial intelligence in the service sector in order to improve the efficiency of human labor and business performance in general.

Key words: artificial intelligence, service, service sector, business.

Актуальность исследования. В настоящее время технологии развиваются с высокой скоростью. Раньше те возможности, что, казалось бы, были доступны только профессиональным ученым, сейчас доступны каждому человеку. Одним из подобных достижений является – искусственный интеллект, прочно утвердившийся во многих сферах жизни человека.

Искусственный интеллект (ИИ) – характеристика искусственных интеллектуальных систем – это делать творческие функции, которые традиционно считаются прерогативой человека; наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ.

Искусственный интеллект объединен саналогичной задачей использования компьютеров для понимания человеческого интеллекта, но не обязательно приостанавливается биологически вероятными методами

Имеется множество технологий ИИ, которые можно употреблять в клиентском сервисе, чтобы улучшить качество обслуживания и увеличить удовлетворенность клиентов.

Проблема исследования: Влияние использования искусственного интеллекта в сфере сервиса в целях повышения эффективности и показателей в целом.

Объект исследования: Искусственный интеллект в сфере сервиса.

Цель исследования: изучение влияния использования искусственного интеллекта в сфере сервиса.

Задачи исследования:

1. Определить, что такое искусственный интеллект;
2. Рассмотреть историю искусственного интеллекта;

3. Изучить использование и влияние искусственного интеллекта в сфере сервиса.

Методы исследования: изучение и анализ литературы и других источников по данной проблеме.

Практическая значимость исследования: Полученные результаты исследовательской работы имеют широкие возможности применения в учебном процессе, во время практических занятий, а также отработанные предложения и меры по использованию искусственного интеллекта могут существенно улучшить эффективность работы в сфере обслуживания.

Искусственный интеллект (ИИ) – Это не инструмент или программа, а отдельная область информатики. Специалисты по искусственному интеллекту разрабатывают системы, которые анализируют информацию и решают проблемы так же, как это делает человек.

ИИ - в нем используются алгоритмы, которые позволяют компьютеру обрабатывать большие объемы данных и находить в них закономерности. Основываясь на этих закономерностях, он может делать выводы, предсказывать события или принимать решения.

Впервые про ИИ ученые заговорили еще в начале 40-х годов прошлого века. По-английски он называется ArtificialIntelligence или иначе – AI.

Краткая история развития ИИ представлена на рис. 1.

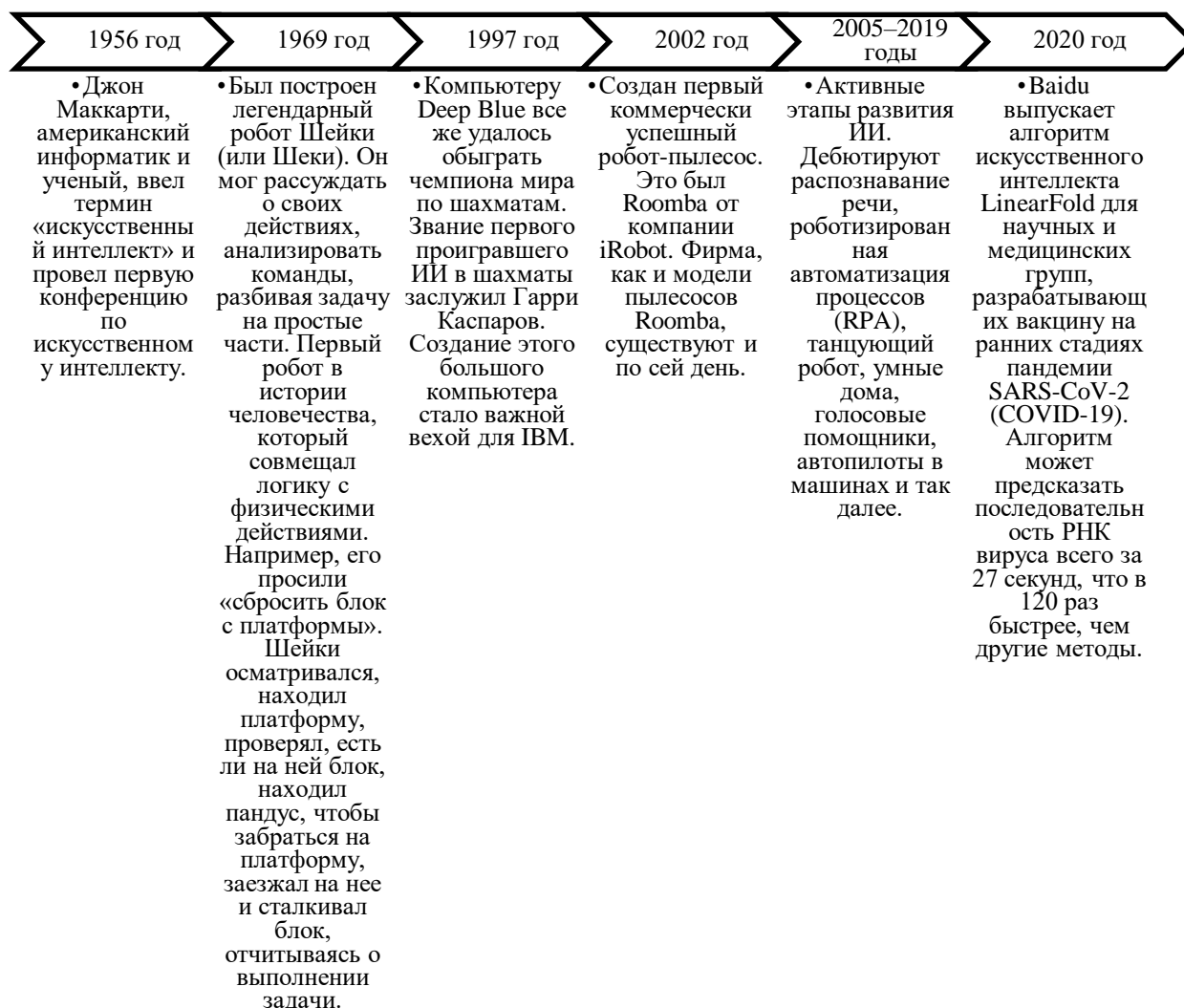


Рис. 1. Краткая история развития искусственного интеллекта

В 21 веке ИИ стал развиваться стремительно:

1. Из социальных сетей и других средств массовой информации появилось множество данных, из

которых ИИ может полностью извлечь уроки.

2. Мощные компьютеры позволили быстрее и эффективнее обрабатывать и анализировать большие объемы данных.

3. Появились новейшие технологии и подходы, которые способствуют процветанию искусственного интеллекта. Машинное обучение, нейронные сети, глубокое обучение стали доступны и предоставили новые возможности для создания более интеллектуальных и гибких систем.

Сферы применения ИИ в современном мире представлен на рис. 2.

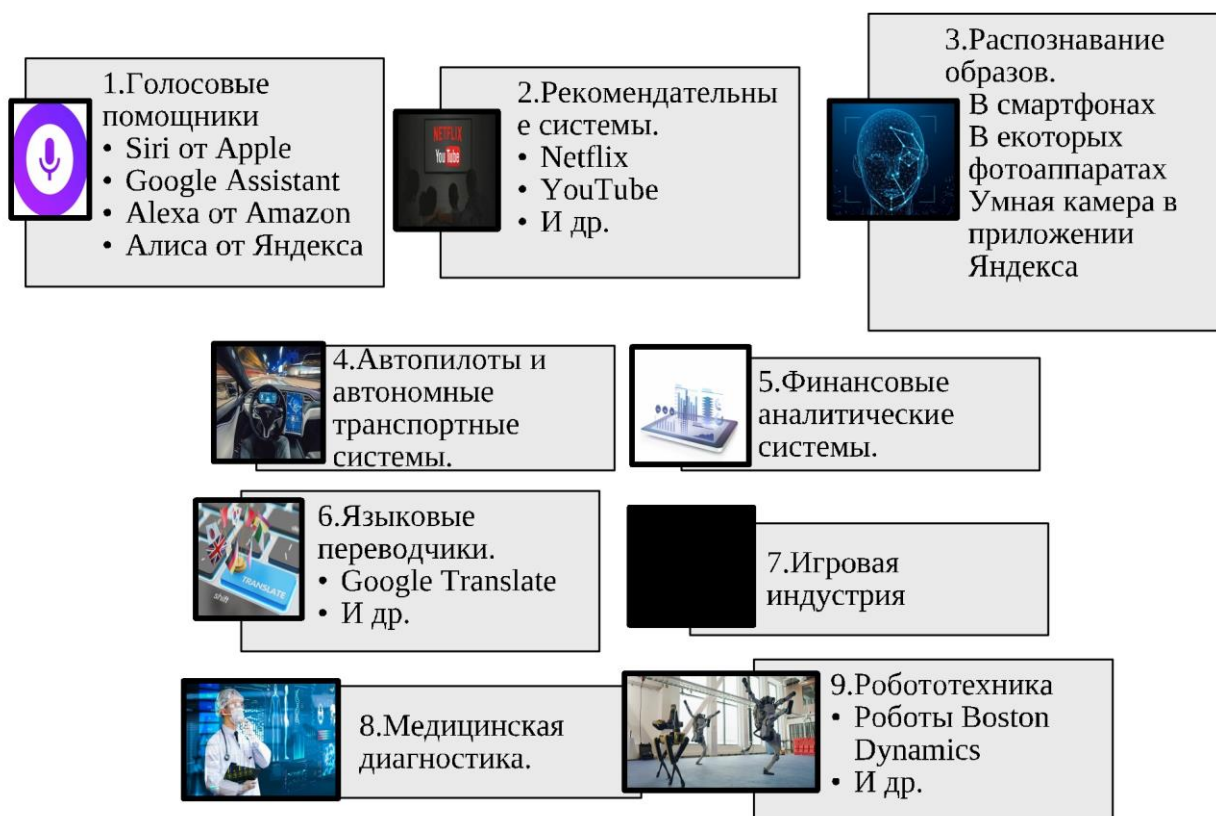


Рис. 2. Сферы применения искусственного интеллекта в современном мире

Польза применения ИИ в службе поддержки клиентов:

- Анализ больших данных;
- Помощь операторам;
- Аналитика диалогов;
- Роботизированная автоматизация процессов (РАП);
- Самообслуживание;
- Персонализация возможностей пользователей;
- Улучшение взаимодействия специалистов с клиентами;
- Оптимизация рабочих процессов;
- Сокращение расходов и оптимизация ресурсов;
- Предоставление поддержки круглосуточно и без выходных;
- Прогностические аналитические сведения;
- Превентивная поддержка;
- Принятие решений клиентами.

Выводы. Искусственный интеллект широко распространен в различных областях и открывает возможности для развития. Теперь искусственный интеллект находится в нескольких шагах от любого человека - компьютер и ноутбук, смартфон и электронные часы. ИИ в самых разнообразных своих про-

явлениях ворвался во многие сферы человеческой жизни и прочно обосновался в ней.

Обслуживание клиентов с использованием технологии искусственного интеллекта может оказать положительное влияние на все аспекты операционной деятельности: от обеспечения исключительного пользовательского опыта для клиентов и операторов до организации более экономичных и результативных рабочих процессов.

Искусственный интеллект расширяет возможности базовой автоматизации обслуживания клиентов. Технологии помогают компаниям лучше понимать потребности потребителей, анализировать получаемую ими информацию и, как следствие, повышать качество своих продуктов и услуг.

Предложения и рекомендации по использованию ИИ в сфере сервиса:

1. Рассмотреть общую стоимость владения в контексте обслуживания клиентов и сравните стоимость решения на основе искусственного интеллекта с другими типами, включая наем большего количества работников. Более вероятно, что стоимость ИИ будет более выгодной.

2. Чтобы начать работать с клиентом с использованием искусственного интеллекта, вам необходимо принять несколько решений. Во-первых, вам нужно сообщить своей компании, какие задачи и какие данные вам нужны для выполнения, такие как интеграция базы знаний и управление обслуживанием клиентов.

3. Работа с соответствующим поставщиком платформы обслуживания клиентов на основе искусственного интеллекта упростит этот процесс, и компании получают инструкции и поддержку, необходимые им для успешной разработки.

Список источников

1. Абдуллаев, Э.А. Искусственный интеллект и его влияние на экономику и бизнес / Э.А. Абдуллаев // Молодой ученый. – 2023. – № 6 (453). – С. 2–3. – URL: <https://moluch.ru/archive/453/99908/> (дата обращения: 06.11.2023).

2. Википедия - свободная онлайн энциклопедия <https://ru.wikipedia.org/>

3. Лахани К., Янсити М. Оцифруйся или умри. Как трансформировать компанию с помощью искусственного интеллекта и обойти конкурентов / К. Лахани, М. Янсити. – М.: Эксмо, 2022. – 529 с.

4. Потапов, А.С. Искусственный интеллект и универсальное мышление / А.С. Потапов. – СПб.: Политехника, 2012. – 711 с.

5. Пройдаков, Э.М. Современное состояние искусственного интеллекта / Э.М. Пройдаков // Научно-исследовательские исследования. – 2018. – №2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 06.11.2023).

6. Сейновски, Т. Антология машинного обучения. Важнейшие исследования в области ИИ за последние 60 лет / Т. Сейновски. – М.: Эксмо, 2022. – 509 с.

© П.К. Сидорова, 2023

УДК 338

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: КАК ESG-ФАКТОРЫ МЕНЯЮТ БИЗНЕС-ПОДХОД В РОССИИ

ТРЕМБАЧ КСЕНИЯ ИВАНОВНА,

старший преподаватель

БАУКИН АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ

студент

Новомосковский институт РХТУ им. Д.И. Менделеева

Аннотация: в данной статье рассмотрены понятия устойчивого развития и ESG, определены роль и назначение ESG в современном управлении в рамках ESG концепции и ее критериев, отмечены условия проникновения ESG на российский рынок, а также влияние ESG на методы и стратегии бизнеса в современных условиях.

Ключевые слова: бизнес, критерии, управление, рынок, фактор, развитие, стратегия.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT: HOW ESG FACTORS ARE CHANGING THE BUSINESS APPROACH IN RUSSIA

**Trembach Ksenia Ivanovna,
Baukin Alexander Vladimirovich**

Abstract: this article examines the concepts of sustainable development and ESG, defines the role and purpose of ESG in modern management within the framework of the ESG concept and its criteria, notes the conditions for ESG penetration into the Russian market, as well as the influence of ESG on business methods and strategies in modern conditions.

Key words: business, criteria, management, market, factor, development, strategy.

В наше время корпоративная ответственность и устойчивое развитие стали ключевыми аспектами успешного бизнеса. Устойчивое развитие означает, что компания стремится к реализации своих задач, уделяя внимание не только финансовой прибыли. Целью является общество, в котором условия жизни и ресурсы удовлетворяют потребности человека, не нарушая целостность и стабильность природной системы на планете. Устойчивое развитие стремится достичь баланса между охраной окружающей среды, социальным благополучием и экономическим развитием.

Эти понятия воплощаются в одном из набирающих популярность тренде «ESG». Это стратегия, которая помогает оценить воздействие компании на окружающую среду (Environmental), её взаимоотношения с обществом (Social) и качество управления внутри компании (Governance). ESG-факторы приобретают все большее значение в России, и они меняют бизнес-подход компаний в стране.

ESG-факторы включают в себя соответствующие критерии, которые компании необходимо соблюдать, чтобы развиваться в соответствии с ESG. (табл.1) [1].

Данные критерии играют важную роль в современном управлении, помогая компаниям выстраивать стратегии, которые учитывают не только краткосрочные финансовые показатели, но и долгосрочную устойчивость. Инвесторы все чаще оценивают компании по ESG-критериям, и компании, интегрирующие эти факторы, могут привлечь больше инвестиций и поддержки.

Таблица 1

Критерии ESG концепции		
Экологический критерий	Социальный критерий	Управленческий критерий
<ul style="list-style-type: none"> – Соблюдение принципов экологической безопасности; – Эффективное использование ресурсов и сокращение потребления; – Минимизация негативного воздействия на окружающую среду; – Управление отходами и переработка; – Вовлечение сотрудников в экологическую культуру. 	<ul style="list-style-type: none"> – Обеспечение благоприятных условий для сотрудников; – Инвестирование в обучение и развитие персонала; – Поддержание равенства и отсутствие дискриминации; – Удовлетворение потребностей потребителей; – Ответственное отношение к местным сообществам. 	<ul style="list-style-type: none"> – Прозрачное и ответственное управление; – Эффективность руководителей высшего уровня; – Разработка стратегии развития компании; – Честное взаимодействие с рыночными участниками.

С 2022 года ESG-трансформация в мире ушла от традиционных агентов монетизации. Агентства и фонды из Европы и Северной Америки, которые традиционно занимались монетизацией устойчивого развития для бизнеса, покидают отечественный рынок.

Несмотря на это, российский рынок продолжает интересоваться устойчивым развитием, и сейчас страны БРИКС занимаются разработкой общей правовой, научной и финансовой базы для ESG-проектов, а в Китае и России разрабатываются национальные стандарты устойчивого развития с учетом региональных особенностей [2].

В России уже есть ряд правительственных актов, среди которых можно выделить Постановление Правительства РФ №1587 «Об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в РФ и требований к системе верификации проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в РФ». В документе перечислен целый ряд критериев, среди которых: обращение с отходами; энергетика; строительство; промышленность; транспорт и промышленная техника; водоснабжение и водоотведение; природные ландшафты, реки, водоемы и биоразнообразие; сельское хозяйство [3].

В России были разработаны национальные стандарты устойчивого развития, включая оценку влияния деятельности компаний на общество и климат. Эти стандарты позволяют повышать «зеленый» статус бизнеса и способствовать специализированным «зеленым» закупкам.

Так, одним из примера тренда ESG в России можно считать Всероссийский конкурс корпоративных проектов «Дело в людях: компании, инвестирующие в будущее», который проводит Ассоциация менеджеров. В этом году 98 российских компаний из различных отраслей экономики подали на конкурс 146 проектов. Результаты конкурса за 2023 год показали, что среди российских компаний наиболее востребованными проектами устойчивого развития являются инициативы, касающиеся корпоративного управления, развития человеческого потенциала и социальной ответственности [4].

В России интерес к ESG-факторам несомненно растет. В частности, исследование дирекции по ESG «Сбер» свидетельствует о том, что в Китае уже приняты различные законодательные акты, регулирующие правила раскрытия нефинансовой информации, что является важным компонентом реализации принципов ESG. Эти правила относятся к банкам и другим финансовым учреждениям, а также определяют регламентирующие цели для снижения уровня выбросов углерода в отраслях, на которые приходится большая часть экспорта России в Китай.

Первый заместитель председателя Правления Сбера Александр Ведяхин на вопрос о том, какова актуальная повестка, как она связана с цифровой трансформацией и что в этой области делает Сбер, отвечает: «В Сбере на данный момент выделено 8 направлений работы в области ESG, с которыми можно ознакомиться в нашей Политике по ESG. Цифровые решения, в свою очередь, позволяют решить ряд вопросов в области устойчивого развития. Например, согласно международным исследованиям, применение искусственного интеллекта (ИИ) способно ускорить выполнение 80% всех задач в

рамках Целей устойчивого развития. Сбер также использует свои передовые достижения в области цифровой экономики на пользу ESG. В качестве примеров я бы привёл зелёные сертификаты, запущенные Лабораторией блокчейна Сбера, или решения на основе ИИ, которые Сбер разрабатывает для прогнозирования природных пожаров или наводнений» [5].

Множество компаний начинают оценивать свой вклад в окружающую среду, общество и управление. Однако еще есть много работы, чтобы достичь мировых стандартов ESG. Важно, чтобы российские компании продолжали улучшать свои практики и отчетность.

ESG-факторы на методы и стратегии, становясь неотъемлемой частью современного бизнеса в России и по всему миру. Успешные компании понимают, что устойчивое развитие и корпоративная ответственность не только приносят пользу обществу, но и способствуют долгосрочному успеху и выгоде. Российские компании также должны учесть этот тренд и интегрировать ESG-факторы в свой бизнес-подход для устойчивого развития.

Список источников

1. ESG в России и в мире 2023: что это такое, принципы устойчивого развития / Пигулина А., Саблин Р., Ткаченко Т. // Газета Комсомольская правда: [KP.RU] – Текст : электронный – URL: <https://www.kp.ru/family/ecology/esg/> – (дата обращения: 20.11.2023).
2. Почему сейчас ESG-специалисты не востребованы и что будет в 2024 году / Башкиров С. // Медиахолдинг РБК: [trends.rbc.ru] – Текст : электронный – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/6557735d9a7947a5c0c0c121> – Дата публикации: 17.11.2023.
3. Постановление Правительства РФ от 21.09.2021 N 1587 (ред. от 11.03.2023) «Об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации и требований к системе верификации инструментов финансирования устойчивого развития в Российской Федерации» // <https://base.garant.ru/402839344/> (дата обращения 22.11.2023 г.).
4. Дело в людях: КОМПАНИИ, ИНВЕСТИРУЮЩИЕ В БУДУЩЕЕ // https://dl.amr.ru/?utm_source=rbc&utm_medium=rbc&utm_campaign=rbc&utm_content=release&utm_term=release (дата обращения 22.11.2023 г.).
5. СберУниверситет // <https://sbergraduate.ru/careerofthefuture/> (дата обращения 22.11.2023 г.).

УДК 316.6

ИННОВАЦИИ В РАБОТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ

КАРАПЕТЯН ДАВИД АЙКОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию инноваций в сфере продовольственных магазинов, с акцентом на двух ключевых аспектах: технологических исследованиях и концепции магазинов без участия персонала. В первом разделе рассматриваются современные технологические тенденции, включая применение искусственного интеллекта, автоматизацию касс, цифровые маркетинговые стратегии и экологические инновации. Во втором разделе фокус смещается на магазины без людей, исследуя их преимущества, вызовы и перспективы развития. Статья направлена на выявление ключевых факторов, формирующих будущее розничной торговли, и предоставление рекомендаций для успешного внедрения инноваций в данной отрасли.

Ключевые слова: Инновации, продовольственные магазины, технологии, цифровые стратегии, экологическая устойчивость, магазины без персонала, искусственный интеллект.

INNOVATIONS IN GROCERY STORES

Karapetyan David Aykovich

Abstract: This article explores innovations in the realm of grocery stores, focusing on two key aspects: technological advancements and the concept of cashier-less stores. The first section delves into contemporary technological trends, including the application of artificial intelligence, cashier automation, digital marketing strategies, and ecological innovations. In the second section, the spotlight shifts to cashier-less stores, examining their advantages, challenges, and developmental prospects. The article aims to identify pivotal factors shaping the future of retail and provides recommendations for the successful integration of innovations within the industry.

Key words: Innovations, grocery stores, technologies, digital strategies, ecological sustainability, cashier-less stores, artificial intelligence.

В современном динамичном мире розничная торговля подвергается значительным трансформациям, под воздействием инновационных подходов и технологий. На фоне стремительно меняющихся предпочтений потребителей и необходимости повышения эффективности бизнес-процессов, продовольственные магазины активно внедряют разнообразные инновационные решения. Эта статья посвящена изучению современных тенденций в инновационной деятельности продовольственных магазинов и их влиянию на бизнес-процессы, потребительское восприятие и устойчивость отрасли. В рамках данного исследования мы обратим особенное внимание на революционный тренд – магазины без участия человеческого персонала. Анализируя опыт таких инновационных форматов, как «Вкусвилл без людей» и аналогичные, мы рассмотрим, какие технологии и концепции стоят за этими изменениями, а также оценим их влияние на эффективность операций, удовлетворенность потребителей и перспективы дальнейшего развития розничной торговли.

Цель работы – предоставить читателям всестороннее понимание ключевых аспектов инновационных тенденций в продовольственных магазинах, обеспечивающих успешное сочетание современно-

сти и эффективности в сфере бизнеса. Помимо детального анализа технологических инноваций, цифровых решений и экологических подходов, применяемых в традиционных продовольственных магазинах, мы также стремимся выявить ключевые преимущества и вызовы, с которыми сталкиваются магазины без участия персонала. Рассматривая перспективы будущего для этого новаторского формата розничной торговли, мы надеемся предложить ценные практические рекомендации для бизнес-сообщества, способствуя их лучшему пониманию и успешному внедрению инноваций в стратегии развития продовольственной отрасли. Вместе с тем, данная работа также ставит своей целью стимулировать дальнейшие исследования в области инновационных подходов в розничной торговле, с целью разработки новых концепций и стратегий, способствующих устойчивому и успешному будущему этого важного сектора экономики.

Современные продовольственные магазины сталкиваются с необходимостью постоянного обновления и оптимизации своих бизнес-процессов в условиях быстро меняющегося рынка и требований потребителей. В контексте технологического прогресса и цифровой трансформации, инновации в этой отрасли оказываются важным инструментом для улучшения эффективности, повышения конкурентоспособности и удовлетворения растущих потребительских ожиданий [1].

Технологические инновации представляют собой одно из ключевых направлений, где продовольственные магазины активно внедряют современные решения. Использование искусственного интеллекта для управления запасами позволяет точнее прогнозировать спрос, минимизируя излишки и улучшая управление инвентаризацией. Внедрение систем автоматизации касс и обслуживания клиентов не только ускоряет процесс оплаты, но также снижает нагрузку на персонал, освобождая его для более качественного обслуживания клиентов.

Цифровые технологии в маркетинге и обслуживании также играют важную роль в современных стратегиях продовольственных магазинов. Мобильные приложения и программы лояльности создают новые возможности для взаимодействия с клиентами, предоставляя персонализированные предложения и повышая узнаваемость бренда. Использование аналитики данных позволяет адаптировать ассортимент и сервис к предпочтениям потребителей, повышая уровень их удовлетворенности и лояльности [3].

Экологические инновации представляют собой еще одну важную составляющую современных стратегий продовольственных магазинов. Устойчивые упаковки и стратегии управления отходами становятся неотъемлемой частью бизнес-подхода, отвечающего запросам экологически осознанных потребителей. Продвижение продуктов с низким углеродным следом не только способствует экологической ответственности магазина, но и привлекает внимание потребителей, ориентированных на устойчивый образ жизни [2].

Одним из революционных направлений современной розницы являются магазины без участия человеческого персонала. Концепция этого новаторского формата подразумевает полное автоматизированное функционирование магазинов, лишая клиентов необходимости взаимодействия с кассирами и продавцами. Примерами таких магазинов являются «Вкусвилл без людей» и аналогичные проекты, основанные на передовых технологиях.

Преимущества магазинов без людей включают увеличение эффективности операций за счет автоматизации всех процессов – начиная от покупки и оплаты товаров до управления запасами. Этот формат также обеспечивает более высокий уровень безопасности, поскольку снижается риск мошенничества и краж. Вместе с тем, магазины без людей представляют вызовы в контексте занятости, вызывая обсуждения о социальных и этических аспектах автоматизации труда.

Перспективы развития магазинов без людей в продовольственной отрасли остаются предметом активных обсуждений. Ожидаемые тенденции включают дальнейшее усовершенствование технологий распознавания и отслеживания товаров, а также эксперименты с новыми моделями обслуживания клиентов. Вопросы, связанные с внедрением и принятием таких магазинов на широком уровне, требуют дальнейших исследований и внимательного внедрения технологий, чтобы обеспечить успешное будущее этого инновационного формата розничной торговли.

В заключение, рассмотрение инноваций в работе продовольственных магазинов подчеркивает неотъемлемую роль технологий, цифровых решений и экологических стратегий в современной розни-

це. Эти инновации не только улучшают операционную эффективность магазинов, но и создают новые возможности для взаимодействия с потребителями, укрепляя конкурентоспособность брендов в динамичной торговой среде.

Анализ магазинов без участия человеческого персонала подчеркивает потенциал революционных изменений в розничной торговле. Возможности увеличения эффективности и безопасности при одновременном вызове социальных вопросов делают этот формат магазинов ключевым объектом внимания для дальнейших исследований и инновационного развития в стремительно меняющемся мире розничной торговли.

Список источников

1. Зверева А.О., Ильяшенко С.Б. Инновационные решения в торговле в контексте глобальных экономических процессов // Российское предпринимательство. — 2018. — Т. 19. № 3. — С. 609-618.
2. Чичук, Н. Современные розничные food-форматы: перспективные пути развития / Н. Чичук // Retail.ru : электронный журнал. – URL: <https://www.retail.ru/articles/sovremennye-rozничnye-food-formaty-perspektivnye-puti-razvitiya/>. – Дата публикации: 29.12.2022.
3. Смоленцев, К. Ритейл будущего: как меняются продуктовые магазины. Шесть тенденций / К. Смоленцев // 66.RU : электронный журнал. – URL: <https://66.ru/news/business/237791/>. – Дата публикации: 27.01.2021.

УДК 334

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

МОЧКАРСКАЯ АНАСТАСИЯ ВИТАЛЬЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Ульяновский Государственный Технический Университет»

*Научный руководитель: Ширшаева Марина Викторовна**ФГБОУ ВО «Ульяновский Государственный Технический Университет»*

Аннотация: Построение бизнеса – задача не из простых. Но благодаря грамотной бизнес-модели люди могут зарабатывать деньги, получать ценный опыт и знакомства. Но управлять бизнесом – задача не из легких. А грамотно управлять – еще сложнее. В этой статье представлены некоторые инновационные подходы, которые позволят не только выстроить грамотную бизнес-модель, но и увеличить свою целевую аудиторию, сохранить ее и приумножить.

Ключевые слова: инновации, бизнес-индустрия, инновации в бизнесе, управление, менеджмент.

Для развития бизнеса часто необходимо идти в ногу с последними тенденциями отрасли, включая технологии. Таким образом, бизнес-лидеры всегда должны быть в поиске новых технологий, которые улучшат их результаты и рабочий процесс.

С таким большим количеством новых приложений и инструментов может быть трудно предсказать, какие из них будут иметь долгосрочный успех.

Ниже 14 способов, которые изменят методы работы руководителей по развитию бизнеса и их команд.

1. Встроенная бизнес-аналитика

В рамках своего ежедневного развития руководители должны быть заранее информированы о любых изменениях на рынке и проблемах, с которыми сталкиваются клиенты. Чтобы получить наиболее точную информацию до самого изменения, руководителям нужны прогнозы, основанные на встроенной аналитике, применении искусственного интеллекта и больших данных, чтобы постоянно представлять им актуальные бизнес-данные.

2. Инструменты общения с клиентами

Вы не ошибетесь, понимая своих клиентов. Найдите время поговорить с ними. Что не дает им спать по ночам? Что сводит их с ума в течение дня? Помогите своим клиентам пережить эти беспокойные времена, и они, в свою очередь, могут привести вас к неиспользованному рынку. [3, с.120]

3. «Аппликированные» визуальные презентации

По данным Forrester, 80% продаж B2B осуществляются в цифровом формате и удаленно. Это не только сейчас, но и навсегда. В результате руководители бизнес-разработчиков переосмысливают виртуальные взаимодействия. Большие, линейные презентации и статический рекламный контент не помогут. Инновации означают использование новых «приложенных» презентаций и контента для придания визуального изящества, персонализированной информации и поворотов повествования для развития взаимодействия.

4. Персонализированные видеосообщения

Небольшие персонализированные сообщения с использованием видео, хорошо реализованные с помощью такого сервиса, как Loom, — это персонализация нового поколения, которая действительно находит отклик у потенциальных клиентов. Используются забавные, откровенные картинки, а затем

персонализируются изображения, например, наносится имя человека на чашку кофе, чтобы действительно повысить процент откликов. [4, с.220]

5. Аутрич

Удаленная работа никуда не денется, поэтому крайне важно переоснастить продажи на местах многими навыками, которыми обладают продавцы. Такие инструменты, как Outreach.io, создают ряд точек соприкосновения и способствуют более глубокому взаимодействию, встречаясь с клиентами и потенциальными клиентами любого размера в цифровом формате. Он очень эффективно структурирует электронную почту, звонки и социальные сети, экономя время и получая измеримые результаты.

6. Интеллект намерений

Анализ намерений — это знание намерений клиентов еще до того, как вы к ним обратитесь. Это помогает командам бизнес-разработчиков отделить зерна от плевел и направить свою энергию на потенциальных клиентов, которые намерены использовать их продукт или услугу. Уже появляются инструменты, которые помогают командам продаж, предлагая такую информацию. [2, с.87]

7. Технология атрибуции

Атрибуция существует уже некоторое время, но теперь ее эволюция затрагивает всех членов организации, от высшего руководства до рядовых. Эта новая технология позволяет маркетологам и лицам, принимающим решения, связать маркетинговые программы с продажами и прибыльностью. Это исключает множество творческих слоев и дает организациям действенные данные, необходимые для их поворота и гибкости.

8. Управление облачной командой

Управление облачной командой станет колоссальным переломным моментом в 2023 году и в последующий период. Нормальный ушел. Никакой новой нормальности не существует. Миллионы работников и тысячи компаний приспосабливаются к этой новой реальности, с которой мы сталкиваемся. На вершине игры будут облачные решения для управления командой, которые помогут соединить точки. [1, с.49]

9. Блокчейн

На данный момент это может показаться банальным, но технология блокчейна имеет большое значение для развития бизнеса. Хотя многие из его приложений были ограничены, последние разработки в области технологий Oracle упрощают отслеживание и организацию различных форм данных в блокчейне. Из-за этого мы до сих пор не увидели конца его потенциала по улучшению и разрушению многих процессов.

10. Инструменты удаленной связи

Сейчас мы больше, чем когда-либо, понимаем важность качественных инструментов удаленной связи, которые помогают нам общаться, когда возможности личного общения просто недоступны. Эти инструменты также можно использовать для расширения вашей клиентской базы в географическом плане и экономии денег в долгосрочной перспективе. [2, с.138]

11. Разговорный интеллект

Аналитика разговоров меняет то, как мы развиваем отношения и приносим пользу клиентам, анализируя то, что говорится во время звонков по продажам, и превращая это в рекомендации в реальном времени. Для торговых представителей данные разговоров показывают, как адаптировать взаимодействие для удовлетворения потребностей клиентов и получения максимальной прибыли. Для менеджеров это понимание выявляет обучающие моменты в командах, которые требуют наибольшего внимания.

12. Подключитесь и продайте

Новая технология, которая, как я видел, улучшает работу команд по развитию бизнеса, — это ConnectandSell. Это платформа, которая позволяет представителям повысить частоту звонков и связи с лицами, принимающими решения. Короче говоря, эта платформа позволит вам пропустить последовательный набор номера и вести от шести до восьми содержательных разговоров в час вместо шести-восьми в день. Результат — более квалифицированные встречи с потенциальными клиентами на одного представителя. [4, с.356]

13. Расширенная аналитика

Благодаря совместной работе технологий искусственного интеллекта и бизнес-аналитики появится расширенная аналитика. Расширенная аналитика повысит эффективность бизнеса за счет автоматического определения типов данных, автоматизации предложений и улучшения диалоговой аналитики. Благодаря интеграции искусственного интеллекта с BI руководители бизнес-разработчиков заметят увеличение числа пользователей с меньшим техническим опытом, приобретающих аналитическую грамотность.

14. Машинное обучение

Искусственный интеллект и машинное обучение произвели революцию в том, как команды по развитию бизнеса стали уделять больше внимания пониманию своих перспектив и клиентов. Доступ к интеллектуальным данным, от тенденций до прогнозного анализа и т. д., дает ценную информацию о каждом аспекте рынка, превращая данные в корпоративную валюту.

Список источников

1. Гаврилов, Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: Учебник для бакалавров / Л.П. Гаврилов. - Люберцы: Юрайт, 2019. - 372 с.
2. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник / Л.С. Сальникова. - М.: Аспект-Пресс, 2018. - 296 с.
3. Свешников, С.В. Основы нечеткой технологии и примеры решения аналитических задач в государстве и бизнесе / С.В. Свешников, В.П. Бочарников. - М.: ДМК, 2019. - 408 с.
4. Сухова, Л.Ф. Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро- и макроэкономике: Учебное пособие / Л.Ф. Сухова и др. - М.: Финансы и статистика, 2021. - 512 с.

УДК 33

СТРАТЕГИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОАО «РЖД»

**ЗАКОЛЮКИНА УЛЬЯНА ОЛЕГОВНА,
ДАВЫДОВА АНАСТАСИЯ ПАВЛОВНА,**

студентки

РАЧЕК СВЕТЛАНА ВИТАЛЬЕВНА

профессор, доктор экономических наук

ФГБОУ ВО «Уральский Государственный университет путей сообщения»
г. Екатеринбург, Свердловская область

Аннотация: В статье рассматриваются стратегии цифровой трансформации ОАО «РЖД»

Ключевые слова: ОАО «РЖД», цифровая трансформация, технологии.

STRATEGIES FOR DIGITAL TRANSFORMATION IN RAILWAY

**Zakolyukina Ulyana Olegovna,
Davydova Anastasia Pavlovna,
Rachek Svetlana Vitalievna**

Abstract: The article discusses strategies for digital transformation of the railway.

Key words: railway, digital transformation, technology.

Каждый день, мы больше и больше шагаем в ногу со временем. Происходит трансформация многих сфер жизни. Не исключением является и железнодорожный транспорт. От прогрессивного развития ОАО РЖД зависит функционирование и эффективность других отраслей промышленности. Что в последующем, достаточно сильно влияет на экономическое благосостояние страны.

Цифровизация является трендом развития в ОАО РЖД, железнодорожный транспорт не стоит в стороне новых тенденций и технологий, внедряя различные стратегии, которые позволяют добиваться желаемых целей и результатов.

Цифровая трансформация в ОАО «РЖД» – это стратегия движения основного бизнеса компании, где все внимание сфокусировано на изменении технологических процессов и корпоративной культуры (развитие клиентоориентированности, работа на опережение и др.), обучении персонала цифровым компетенциям и навыкам [1].

Не секрет, что конкурентоспособность предприятия - это основополагающий принцип, без которого невозможно находиться на рынке и развиваться. Поэтому обеспечение устойчивой конкурентоспособности железнодорожного транспорта, напрямую зависит от внедряемых инноваций и технологических решений. Такие изменения, включают в себя продвижения в области аналитики, искусственного интеллекта, 3D моделирования, облачных вычислений, машинного обучения.

Так, стратегии цифровой трансформации железнодорожного транспорта предусматривают следующие стратегии в 2023 году: «РЖД Маркет», «Беспилотная система управления поездами» и др..

Предлагаю разобрать каждый проект по отдельности. «РЖД Маркет» - Бизнес маркетплейс, который позволяет осуществлять продажу, поиск, а также покупку товаров в онлайн режиме, учитывая маршрут, условия оптимальной доставки ЖД транспортом, до конечного потребителя(заказчика).

Площадка успешно прошла тестовые испытания, в том числе на полигоне Горьковской железной дороги, и подтвердила востребованность и интерес со стороны бизнес-сообщества. На сегодняшний день аналогов данного маркетплейса в грузоперевозках не существует, РЖД тщательно следит за обновлением программы, а также за оперативным исправлением ошибок в ходе использования приложения. За небольшой промежуток времени в «РЖД маркете» было отправлено 60 вагонов с заказами, а это примерно 4,5 тонны. Общей стоимостью 17 млн. рублей. «Беспилотная система управления поездами» - это огромный комплекс систем, в который включены множество автоматизированных функций: контроль посадки и высадки пассажиров, интервальное регулирование, цифровая радиосвязь. Дополнительно планируется сконструировать депо, предназначенное только для беспилотных поездов. Беспилотный поезд - это шаг в будущее. Он не требует присутствия машиниста, один человек-оператор, может управлять в раз, десятью поездами. Полностью дистанционное управление, через канал передачи LTE, система контроля опасности в пределах 700 метров в зимних условиях. Также информация о неполадках и препятствиях передается извне, с радиоточек, которые находятся на улице и контролируют окружение круглосуточно. Но данная система не до конца совершенна. Остается несколько вопросов, которые предстоит решить. Один из таких: обеспечение безопасности посадки и высадки пассажиров. При полном отсутствии персонала в вагонах, стоит угроза безопасности пассажиров, поэтому стоит внедрить максимально мощную систему безопасности, чтобы обеспечить спокойную поездку и не испортить репутацию негативными отзывами РЖД в целом.

Таким образом, можно сказать, что компания ОАО «РЖД» старается полностью автоматизировать и цифровизировать свою работу. Преодолевая трудности и препятствия, железная дорога идет в ногу со временем. Элементы цифровой трансформации влияют на изменение институциональной среды – систему управления персоналом, образование, воспитание.

Цифровая трансформация позволяет собирать необходимые данные для принятия управленческих решений в онлайн-режиме, добавлять к объектам реального мира виртуальные, автоматизировать отдельные бизнес-операции, создавать совокупный синергетический эффект за счет взаимодействия различных цифровых технологий и т.д. Внедрение цифровых технологий позволяет вести учет, анализ работы специалистов по управлению персоналом, обеспечивать их профессиональный рост, адаптацию на новом рабочем месте [1].

Всю информацию о планах и развитии, можно посмотреть в основном стратегическом документе в области инновационной деятельности ОАО «РЖД» на период до 2025 года (КПИР-2025, утверждена советом директоров ОАО «РЖД» 26 февраля 2020 г.), а также на официальном сайте.

Список источников

1. Управление персоналом в цифровой среде : монография / Н. А.Александрова, О. Ю. Брюхова, Л. И. Васильцова, Рачек С.В и др. ; под ред. Васильцовой, Н. А. Александровой. – Екатеринбург : УрГУПС, 2021. – 122, [2] с. ISBN 978-5-94614-493-3 [https://elibrary.ru/download/elibrary_46192981_41743295.pdf]
2. Системообразующие факторы инновационной деятельности на транспорте : сб. науч. тр. / под ред. С. В. Рачек. – Екатеринбург : УрГУПС, 2010. – Вып. 90 (173). – 212 с.
3. Мир в цифрах-2020 : ст. сб. / Пер. с англ. И. Старцева. – М. : Олимп-Бизнес, 2020. – С. 58.
4. Свиридов, П. HR-тренды: скоро ли ждать цифровой трансформации найма. URL: <https://mcs.mail.ru/blog/hr-trendy-skoro-lizhdad-cifrovoy-transformacii-najma> (дата обращения: 28.07.2020).
5. Средства защиты объекта: что это?. URL: <https://center-avtomatiki.com/sredstva-zaschity-obekta-protssesa-chto-eto/> (дата обращения: 25.07.2020).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 33

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ПАЛИЦЫНА ЕКАТЕРИНА РОМАНОВНА

студент

ФГБОУ «Уральский государственный экономический университет»

*Научный руководитель: Новикова Наталья Валерьевна**д.э.н., профессор**ФГБОУ «Уральский государственный экономический университет»*

Аннотация: экономическая безопасность муниципального образования является важным фактором устойчивого развития и процветания территории. Она обеспечивает благоприятные условия для жизни и деятельности населения, способствует решению социальных проблем, повышает инвестиционную привлекательность муниципального образования.

В статье рассматриваются теоретические аспекты экономической безопасности муниципального образования, критерии и показатели оценки экономической безопасности муниципального образования, методы оценки экономической безопасности муниципального образования.

Ключевые слова: Экономическая безопасность, муниципальное образование, оценка, критерии, показатели, методы.

Актуальность темы исследования

Экономическая безопасность муниципального образования является важным фактором устойчивого развития и процветания территории. Она обеспечивает благоприятные условия для жизни и деятельности населения, способствует решению социальных проблем, повышает инвестиционную привлекательность муниципального образования.

В современных условиях актуальность оценки уровня экономической безопасности муниципального образования возрастает. Это связано с рядом факторов, в том числе:

Усложнением геополитической ситуации, что приводит к росту внешних угроз экономической безопасности муниципальных образований.

Глобальными экономическими кризисами, которые оказывают негативное влияние на экономику муниципальных образований.

Изменением климата, которое приводит к снижению продуктивности сельского хозяйства и росту стихийных бедствий.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является разработка методики оценки уровня экономической безопасности муниципального образования.

Задачи исследования:

– дать определение экономической безопасности муниципального образования, рассмотреть ее основные аспекты, раскрыть взаимосвязь с другими экономическими понятиями и процессами.

– определить, какие факторы и показатели следует учитывать при оценке экономической безопасности муниципального образования, разработать их классификацию и систему взаимосвязей.

– рассмотреть различные методы оценки экономической безопасности муниципального образования, их достоинства и недостатки, определить наиболее подходящий метод для конкретной ситуации.

Экономическая безопасность муниципального образования – это состояние, при котором жизненно важные интересы муниципального образования в экономической сфере защищены от внутренних и внешних угроз.

Основные компоненты экономической безопасности муниципального образования можно представить следующим образом:

Экономический потенциал – это совокупность ресурсов, которыми располагает муниципальное образование. К ним относятся:

- материальные ресурсы (земля, полезные ископаемые, производственные мощности);
- трудовые ресурсы (количество и качество населения, уровень образования и квалификации);
- финансовые ресурсы (бюджет, внебюджетные фонды);
- природные ресурсы (климат, рельеф, растительный и животный мир);
- другие ресурсы (информационные, технологические, инфраструктурные).

Экономическая система – это совокупность экономических отношений, складывающихся в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг в муниципальном образовании. Она включает в себя:

- структуру экономики (отраслевую, территориальную, рыночную);
- формы хозяйствования (государственная, частная, смешанная);
- механизмы регулирования экономики (налоги, кредит, ценообразование);
- институты рыночной экономики (субъекты хозяйствования, рынок товаров и услуг, рынок труда, рынок капитала).

Экономическая среда – это совокупность факторов, влияющих на экономическое развитие муниципального образования. К ним относятся:

- внутренние факторы (демографические, социальные, политические, экономические);
- внешние факторы (мировая экономика, международные отношения, конкуренция).

Угрозы экономической безопасности муниципального образования можно разделить на внутренние и внешние.

Внутренние угрозы включают в себя:

- неэффективное управление экономикой;
- коррупция;
- несовершенство законодательства;
- социальная напряженность.

Внешние угрозы включают в себя:

- экономические санкции;
- глобальные экономические кризисы;
- климатические изменения.

Факторы обеспечения экономической безопасности муниципального образования включают в себя:

- развитие экономики;
- совершенствование управления экономикой;
- повышение эффективности государственного и муниципального управления;
- создание благоприятного инвестиционного климата.

Оценка уровня экономической безопасности муниципального образования является необходимым условием для разработки мер по ее повышению.

Критерии оценки экономической безопасности муниципального образования могут быть разделены на общие и специфические.

Общие критерии оценки экономической безопасности муниципального образования включают в себя:

- уровень экономического развития

- социальная стабильность
- экологическая безопасность

Специфические критерии оценки экономической безопасности муниципального образования могут быть определены в зависимости от конкретных условий и задач развития муниципального образования. Например, для сельскохозяйственных муниципальных образований одним из важных критериев может быть уровень продовольственной безопасности.

Методы оценки экономической безопасности муниципального образования можно разделить на количественные и качественные.

Количественные методы оценки экономической безопасности муниципального образования основаны на использовании статистических данных и экономических показателей.

Качественные методы оценки экономической безопасности муниципального образования основаны на экспертных оценках и методах анализа рисков.

Выбор методов оценки экономической безопасности муниципального образования зависит от конкретных целей и задач исследования.

Методы оценки экономической безопасности муниципального образования можно разделить на количественные и качественные.

Количественные методы оценки экономической безопасности муниципального образования основаны на использовании статистических данных и экономических показателей. К количественным методам оценки экономической безопасности муниципального образования относятся:

Сравнительный метод – предполагает сравнение фактических значений показателей оценки экономической безопасности муниципального образования с нормативными значениями или значениями показателей других муниципальных образований.

Анализ трендов – предполагает анализ динамики значений показателей оценки экономической безопасности муниципального образования за ряд периодов времени.

Корреляционно-регрессионный анализ – предполагает выявление взаимосвязи между показателями оценки экономической безопасности муниципального образования.

Достоинства количественных методов оценки экономической безопасности муниципального образования заключаются в их объективности и точности. Эти методы позволяют получить количественную оценку уровня экономической безопасности муниципального образования, которая может быть сопоставлена с оценками других муниципальных образований.

Недостатки количественных методов оценки экономической безопасности муниципального образования заключаются в том, что они не всегда могут учесть качественные аспекты экономической безопасности муниципального образования.

Качественные методы оценки экономической безопасности муниципального образования основаны на экспертных оценках и методах анализа рисков. К качественным методам оценки экономической безопасности муниципального образования относятся:

Метод экспертных оценок – предполагает опрос экспертов для получения их оценок уровня экономической безопасности муниципального образования.

Метод анализа рисков – предполагает выявление и оценку рисков, которые могут угрожать экономической безопасности муниципального образования.

Достоинства качественных методов оценки экономической безопасности муниципального образования заключаются в том, что они позволяют учесть качественные аспекты экономической безопасности муниципального образования, которые не могут быть количественно измерены.

Недостатки качественных методов оценки экономической безопасности муниципального образования заключаются в том, что они могут быть субъективными и зависеть от квалификации экспертов.

Выбор метода оценки экономической безопасности муниципального образования зависит от конкретных целей и задач исследования. Если необходимо получить количественную оценку уровня экономической безопасности муниципального образования, то целесообразно использовать количественные методы. Если необходимо учесть качественные аспекты экономической безопасности муниципального образования, то целесообразно использовать качественные методы.

В практике оценки экономической безопасности муниципальных образований часто используются комбинированные методы, которые сочетают в себе количественные и качественные подходы.

Список источников

1. Астахов В.В., Карпенко Г.А. Оценка экономической безопасности муниципальных образований // Экономика и управление: проблемы, решения. 2022. № 1. С. 11-18.
2. Горшкова О.В., Лагунова М.В. Методика оценки экономической безопасности муниципального образования // Экономика и управление. 2021. № 1. С. 15-21.
3. Иванова О.А., Лаврикова Ю.Г. Оценка экономической безопасности муниципальных образований: методические подходы // Вестник Академии экономической безопасности МВД России. 2020. № 4. С. 11-17.
4. Кавешников Н.Ю. Экономическая безопасность Российской Федерации: проблемы и пути решения. М.: Изд-во «Весь мир», 2020.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 331

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

ФОРРЕСТЕР СНЕЖАНА ВЛАДИМИРОВНА,

к.э.н., доцент

ПАТРИНА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА,

АКИРОВ РАШИТ САЙФЕТДИНОВИЧ

магистры

ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»

Аннотация: в статье рассмотрены сущность, этапы кадрового планирования, его виды и специфика. Именно подробное изучение теоретических аспектов планирования потребности в кадрах предприятия и рекомендаций по совершенствованию позволит минимизировать кадровые риски и повысить экономическую безопасность на предприятии. Проведя анализ был определен комплекс действий и мер, направленных на совершенствование в компании планирования кадровой работы. Большое внимание было уделено изучению современных тенденций кадрового планирования в компании.

Ключевые слова: компания, кадровое планирование, внешние и внутренние факторы, персонал, коэффициент движения кадров, кадры.

IMPROVING PERSONNEL PLANNING AS A CONDITION FOR INCREASING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION

Forrester Snezhana Vladimirovna,

Patrina Irina Aleksandrovna,

Akirov Rashit Saifetdinovich

Annotation: the article discusses the essence, stages of personnel planning, its types and specifics. It is a detailed study of the theoretical aspects of planning the personnel requirements of an enterprise and recommendations for improvement that will allow minimizing personnel risks and increasing economic security in the enterprise. The analysis identified a set of actions and measures that can ensure the improvement of personnel planning in the organization. Also, special attention was paid to the study of modern trends in personnel planning in the organization.

Key words: company, personnel planning, external and internal factors, personnel, personnel movement coefficient, personnel.

Деятельность, которую осуществляют внутри компании и которая направлена на кадровую работу и работу с кадровым резервом для того, чтобы работники могли достичь максимального результата в процессе выполнения своих трудовых обязанностей, подразумевает под собой процесс *кадрового планирования* или *планирования персонала*. Под кадровым планированием понимается восполнение

внутри компании потребности в сотрудниках только с необходимыми компетенциями и в требуемом количестве, что в целом является основной задачей планирования [1]. При этом эффективное кадровое планирование и грамотное управление персоналом позволяет снизить кадровые риски и укрепить экономическую безопасность предприятия. Кадровая безопасность выступает одним из главных функциональных направлений экономической безопасности любого предприятия, поскольку именно человек, его осознанные или неосознанные действия выступают основным источником риска для функционирования всего предприятия. Важнейшим этапом укрепления кадровой безопасности выступает именно кадровое планирование. При всей важности кадрового планирования нужно помнить про возможные издержки, которые следует учитывать при ведении кадровой политики, так как они неизбежно сопровождают любой процесс.

Целью кадрового планирования служит определение потребностей в персонале на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу [1]. Можно выделить следующие целевые составляющие – цели организации и персонала, которые тесно взаимосвязаны между собой, являются составляющими единой стратегии фирмы [2].

К работе по определению целей кадровой политики компании привлекается большое количество сотрудников компании с разными компетенциями и возможностями принятия решений, результат достигается посредством глубокого обсуждения основных вопросов. Положительный результат при целеполагании можно достичь при систематической последовательности.

Основные этапы кадрового планирования: информационно-аналитический этап, этап разработки проекта кадрового плана и этап утверждения плана [3].

На первом этапе процесса происходит сбор и анализ необходимой информации, а также ознакомление с текущей кадровой ситуацией в компании. Важно определить тенденции и возможные варианты развития организации. Это позволяет лучше понять текущие потребности и цели компании.

На втором этапе проводится исследование альтернативных вариантов развития кадрового потенциала. Здесь важно оценить эффективность этих вариантов с учетом поставленных целей и кадровой политики компании. Иногда может потребоваться пересмотр существующих стратегий и привлечение новых кадров для достижения успеха.

Третий этап включает просчет количественных и качественных показателей, которые определяют организационную структуру компании и необходимую численность персонала. Это важный шаг для оптимизации работы организации и обеспечения ее эффективности. На этом этапе также могут быть приняты решения о перераспределении ресурсов и изменении должностных обязанностей сотрудников.

Формирование штата компании предполагает под собой учет как внешних, так и внутренних факторов влияния.

Внешние факторы – факторы, возникающие вне компании. Управлять данными факторами невозможно, но можно спрогнозировать их влияние и тем самым принять меры к их нейтрализации или минимизации последствий. К ним относятся:

- ситуация на рынке труда;
- общая ситуация в стране (экономический кризис, оживление экономики и т. д.);
- изменения в трудовом законодательстве;
- повсеместное внедрение новых технологий и т.д.

Внутренние факторы – факторы, которые складываются внутри компании. Данные факторы определяются внутри компании или целями организации, и их можно изменить в зависимости от потребностей и от условий функционирования предприятия. К ним относятся:

- цели деятельности организации;
- мероприятия, повышающие мотивацию сотрудников;
- стиль управления;
- кадровая политика;
- повышение квалификации сотрудников;
- технико-технологические возможности организации (наличие современных технологий, эффективность использования имеющегося оборудования и т. д.);

— финансовые возможности предприятия (определяющие в целом возможности проведения кадровой политики).

При кадровом планировании обязательно учитываются все факторы, способные повлиять на деятельность предприятия и его экономическую безопасность [4].

Для подробного изучения кадрового планирования и его совершенствования рассмотрим показатели движения кадров АО «Росгазификация» за 2020–2021 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Показатели движения кадров АО «Росгазификация» за 2020–2021 гг. [5]

Показатели	2020	2021	Отклонение, 2021/2020		2022	Отклонение, 2022/2021	
			Абс.	Отн., %		Абс.	Отн., %
Коэффициент выбытия кадров, %	13.6	6.25	-7.35	-54.0	20.4	+14.15	+226.4
Коэффициент приема кадров, %	43.18	47.92	+4.74	+10.98	57.41	+9.49	+19.8
Коэффициент текучести кадров, %	13.6	6.25	-7.35	-54.0	20.4	+14.15	+226.4
Относительный недостаток рабочей силы, чел.	6	2	-4	-66.67	8	+6	+300.0

По данным таблицы 1 можно отметить, что в компании присутствует высокая текучесть кадров, в основном связано со сложностью выполняемых работ и с психологической загруженностью, ответственностью сотрудников. В связи с тем, что компания усилила свою кадровую политику, в штат организации было принято большое количество сотрудников, что отразилось на коэффициенте выбытия: в 2020 и 2021 годах коэффициент выбытия сначала снизился на 54,0 %, но затем начал увеличиваться.

Ввиду того, что компания начала осваивать новые направления деятельности и оказывать более обширный спектр услуг, коэффициент приема кадров неуклонно растет. Коэффициенты выбытия и текучести кадров равны. Текучесть кадров побуждает компанию осуществлять непрерывный набор персонала. Увеличение трудоемкости приводит к увеличению производительности труда, несмотря на снижение численности персонала. Рост качества технического оснащения компании приводит к снижению трудоемкости.

Анализ основных результатов деятельности кадровой политики АО «Росгазификация» показал, что она работает не стабильно, но прилагается большое количество усилий для преодоления всех проблем. Организация находится в постоянном развитии, поиске новых рынков сбыта своей продукции, потребителей услуг, на постоянной основе реализуются смелые проекты, которые требуют привлечения большого количества как людских, так и материальных ресурсов. Компания уделяет большое внимание кадровой политике и стремится все время ее совершенствовать.

Используя приведенные данные выше, можно дать следующие рекомендации по улучшению качества работы в области кадровой политики АО «Росгазификация».

Таблица 2

Влияние трудоемкости на необходимое количество кадров в 2022 г. [5]

Показатель	2021	2022	Отклонение	
			Абсолютное	Относительное, %
Объем реализации, тыс. руб.	176250.5	176250.5	-	-
Трудоемкость, ч./тыс. руб.	0.00056	0.0005	-0.00006	-10.7
Выработка на одного рабочего, тыс. руб.	1778	2000	+222	+12.5
Потребное количество рабочих кадров, чел.	99	88	-11	-11.1

Основываясь на данных, приведенных в таблице 2, можно сделать вывод, что, если снизить трудоемкость на 0,00006 ч./тыс. руб., т. е. на 10,7 %, то увеличивается выработка на одного рабочего на 222 тыс. руб., т. е. на 12,5 %. В итоге потребность в кадрах уменьшается на 11 человек, т. е. на 11,1 %. Следовательно, что для реализации запланированного объема работ при наименьшей трудоемкости (0,0005 ч./тыс. руб.) нам потребуется 88 человек.

Уменьшение трудоёмкости можно добиться за счет следующих показателей:

- увеличение качества технического оснащения;
- замена, реконструкция оборудования;
- повышение мотивации сотрудников.

Рассчитаем экономию численности, полученную путем снижения трудоемкости:

$$\mathcal{E}_q = \frac{(T_{P1} - T_{P2}) \times O_{пл}}{\Phi_1 \times K_{ЕН}} \times K_{СР}$$

где T_{P1} , T_{P2} – трудоемкость изготовления продукции и услуг до и после внедрения ОТМ;

$O_{пл}$ – объем реализации услуг в плановом периоде;

Φ_1 – эффективный фонд рабочего времени после внедрения ОТМ;

$K_{ВН}$ – коэффициент выполнения норм выработки;

$K_{СР}$ – коэффициент срока действия мероприятия.

$$K_{ВН} = T_{норм} : T_{отр},$$

где $T_{норм}$ – сумма нормо-часов на выполнение работ; $T_{отр}$ – сумма фактически отработанных ча-

сов.

$$K_{ВН} = 2004 : 1891,62 = 1,1$$

$$\mathcal{E}_q = \frac{(0,00056 - 0,0005) \times 1778}{1891,62 \times 1,1} = 0,00006 \text{ чел.}$$

Рассчитаем экономию численности, полученную путем увеличения объема реализации услуг (для не основных рабочих):

$$\mathcal{E}_q = \frac{Ч_{б.осн} (O(\%)) - Ч_{к.осн} (\%)}{100} = \frac{16(8,6 - 0)}{100} = 1,38$$

Найдем рост производительности труда в результате экономии численности:

$$\Delta П_T = \frac{\mathcal{E}_{q_{общ}}}{Ч_{исх} - \mathcal{E}_{q_{общ}}} \times 100$$

$$\mathcal{E}_{q_{общ}} = 1,38 + 0,00006 = 1,38006 \text{ чел.}$$

$$П_T = \frac{1,38006}{88 - 1,38006} \times 100 = 1,59 \% \text{»}$$

Экономия численности составит 1,38 человека, планируемое повышение объема производства и уменьшение трудоемкости может быть доступно существующими кадровыми ресурсами предприятия, но улучшением техники, т.к. реализуемое мероприятие дает рост производительности труда на 1,59 %.

Расчёты показывают, что снижение трудоемкости прямо пропорционально увеличению производительности труда, что, в свою очередь, повысит эффективность функционирования и укрепит экономическую безопасность. Экономия численности при повышении объема производства достигается ростом производительности труда, которое в свою очередь возможно:

- при внедрении новых технологий в производство;
- при обновлении производственного оборудования;
- при повышении материальной заинтересованности рабочих;
- при повышении квалификационного уровня работающих.

Основываясь на этом анализе, можно сделать вывод, что система кадрового планирования нуждается в совершенствовании. Для совершенствования системы подбора персонала АО "Росгазификация" могут быть предложены следующие меры: во-первых, нужна разработка единого критерия отбора, то есть выявление основных характеристик "подходящих" кандидатов для работы в АО "Росгазификация"; во-вторых, необходимо довести критерии отбора до сведения руководителя, включая информи-

рование руководителя отдела, ответственного за принятие решения о приеме сотрудников в отдел; в третьих, нужно качественное оповещение организацией кандидатов, которое заключается в предоставлении кандидатам наиболее точной и понятной информации и т.д.

В совокупности повышение эффективности планирования человеческих ресурсов окажет положительное влияние на кадровую безопасность и будет способствовать укреплению экономической безопасности предприятия.

Список источников

1. Хасанов И.И. Совершенствование кадрового планирования в организации // Символ науки. - №4. – 2015. – С. 133-135 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-kadrovogo-planirovaniya-v-organizatsii> (21.11.2023);
2. Егорова Н.А. Совершенствование кадрового планирования на в организации (на примере АО «САХАТРАНСНЕФТЕГАЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-kadrovogo-planirovaniya-v-organizatsii-na-primere-ao-sahatransneftegaz> (09.09.2023);
3. Кудряшов В.С. Система кадрового планирования организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-kadrovogo-planirovaniya-organizatsii> (дата обращения 09.09.2023);
4. Сущность и цели кадрового планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/boss/articles/285847/> (дата обращения 09.09.2023).
5. Финансово-экономическая документация АО «Росгазификация».

УДК 33

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

АВДЕЕВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНАстудент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет*Научный руководитель: Ваганова Оксана Валерьевна*
профессор*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

Аннотация: в данной статье рассматривается регулирующая роль государства в рыночной экономике Российской Федерации. Так же в статье говорится о функциях, которые государство выполняет, чтобы урегулировать рыночную экономику и приведены меры поддержки экономики в 2023 году.

Ключевые слова: государство, рынок, рыночная экономика, регулирование.

THE ROLE OF THE STATE IN THE MARKET ECONOMY OF RUSSIA

Avdeeva Olga Alexandrovna*Scientific adviser: Vaganova Oksana Valeryevna*

Abstract: this article discusses the regulatory role of the state in the market economy of the Russian Federation. The article also talks about the functions that the state performs to regulate the market economy and provides measures to support the economy in 2023.

Key words: state, market, market economy, regulation.

Рыночная экономика представляет собой экономическую систему, в которой цены, производство и распределение товаров и услуг в значительной степени определяются взаимодействием спроса и предложения на свободном рынке. В то время как в рыночной экономике рыночные механизмы играют важную роль в аллокации ресурсов, государство все равно имеет важное значение в поддержании и регулировании этой системы.

Одна из главных ролей государства в рыночной экономике - обеспечение правил игры и защита собственности. Государство устанавливает правовые и институциональные рамки, чтобы обеспечить справедливость и честную конкуренцию на рынке. Законы о собственности и контрактах, а также система судебной власти, которая рассматривает споры и урегулирует конфликты, важны для поддержания доверия участников рынка.

Государство также играет важную роль в корректировке экономических неравенств и обеспечении справедливости. Рынок может концентрировать богатство и власть в руках небольшого количества людей или компаний, что может привести к неравному доступу к ресурсам и возникновению социального неравенства. Государство может принимать меры для предотвращения монополий и ограничения контроля над определенными рынками.

Еще одной важной ролью государства является обеспечение стабильности и регулирования финансовых рынков. Государство может вмешиваться в экономику для предотвращения кризисов и обеспечения устойчивого роста. Например, в периоды конъюнктурного спада или рецессии правительство

может принимать меры для стимулирования экономики или сохранения рабочих мест. Оно также может предпринимать действия для контроля инфляции и финансовой стабильности.

Кроме того, государство играет важную роль в обеспечении общественных благ и услуг, которые рынок может неэффективно обеспечить. Это может включать в себя образование, здравоохранение, транспортную инфраструктуру, защиту окружающей среды и т. д. Государственные вложения в такие общественные блага могут способствовать развитию и повышению качества жизни общества в целом.

Однако, несмотря на все указанные роли, государство не должно превышать свои полномочия и стать слишком вмешательствующим. Слишком много регулирования и бюрократии может привести к снижению эффективности рыночных механизмов и ограничению предпринимательской активности. Поэтому, принципы ограниченного правительства и предоставления собственности и справедливости для всех участников рынка являются основополагающими принципами роли государства в рыночной экономике.

В рыночной экономике России государство играет важную роль, обеспечивая правовую и экономическую инфраструктуру для функционирования рынка, защищая собственность и контролируя исполнение договоров.

Государство также регулирует экономическую активность через разработку и реализацию законов, нормативных актов и фискальной политики, что способствует стабильности и справедливости на рынке. Оно контролирует и регулирует различные отрасли, например, банковскую систему, монополии и конкуренцию.

Государство также предоставляет публичные блага и услуги, такие как образование, здравоохранение, транспортную инфраструктуру и безопасность. Оно финансирует эти услуги с помощью налогов и других источников дохода.

Еще одна важная функция государства в рыночной экономике России - поддержка и развитие предпринимательства. Это может быть содействие малому и среднему бизнесу, создание инфраструктуры для инвестиций или разработка программ поддержки определенных отраслей экономики.

В целом, государство играет роль регулятора, поддерживая эффективность рыночной экономики, обеспечивая правовую защиту, социальную справедливость и стимулируя экономический рост.

Государство на постоянной основе поддерживает рыночную экономику России. Рассмотрим меры поддержки экономики в 2023 году:

1. Финансовая поддержка малого и среднего бизнеса: государство может предоставлять льготные кредиты, субсидии и гранты для развития малых и средних предприятий. Это поможет создать новые рабочие места и стимулировать экономический рост.

2. Снижение налогов и упрощение бюрократических процедур: в 2023 году государство может продолжить снижать налоговую нагрузку на предприятия, особенно малые и средние предприятия. Также можно внести изменения в законодательство, чтобы упростить процедуры регистрации и лицензирования бизнеса.

3. Развитие инфраструктуры: государство может продолжать инвестировать в развитие транспортной, энергетической и коммуникационной инфраструктуры. Это поможет повысить эффективность производства и улучшить условия для предпринимательства.

4. Поддержка научно-технического развития: государство может предоставлять гранты и субсидии для научно-исследовательских и инновационных проектов. Это поможет развивать новые технологии и повысить конкурентоспособность российских компаний.

5. Повышение качества образования и повышение уровня подготовки рабочей силы: государство может инвестировать в образовательную систему, предоставлять стипендии и гранты для студентов и молодых специалистов. Это способствует формированию высококвалифицированной рабочей силы и улучшению инновационного потенциала страны.

6. Содействие экспорту: государство может предоставлять финансовую и организационную поддержку для российских экспортеров. Это поможет расширить рынки сбыта и увеличить экспорт российских товаров и услуг.

Важно отметить, что перечисленные меры поддержки должны быть четко спланированы, рассчи-

таны на долгосрочное воздействие и основываться на анализе потребностей и приоритетов российской экономики.

В заключение, государство имеет важную роль в рыночной экономике. Его функции включают обеспечение правил игры, обеспечение справедливости, обеспечение стабильности и регулирование финансовых рынков, а также предоставление общественных благ и услуг. Государственное вмешательство должно быть сбалансированным, чтобы не ограничивать рыночные механизмы и предпринимательскую активность.

Список источников

1. Бучинская, О.В. Роль государства в формировании рыночной экономики России: зарубежный опыт и национальная специфика // Вестник Белорусского государственного университета. 2016. № 2. С. 8-14.
2. Ватлин А.В., Кузнецов В.Л. Эволюция роли государства в рыночной экономике России // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. № 1. С. 77-82.
3. Колосова, И.А. Роль государства в развитии рыночной экономики России // Молодой ученый. 2017. № 18. С. 197-200.
4. Рыбаков, В.В. Государственное регулирование в условиях рыночной экономики России // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. 2018. № 6. С. 166-168.
5. Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ.

УДК 33

СПОСОБЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

ЖИЛЕНКО АЛИНА ИГОРЕВНА

студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

*Научный руководитель: Ваганова Оксана Валерьевна**профессор**Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

Аннотация: в данной статье рассматриваются способы обеспечения экономической безопасности государства, которые необходимо применять для развития более устойчивой экономической системы России. Так же в статье говорится о взаимосвязи экономической и национальной безопасности.

Ключевые слова: государство, экономическая безопасность, способы, национальная безопасность.

WAYS TO ENSURE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

Zhilenko Alina Igorevna*Scientific adviser: Vaganova Oksana Valeryevna*

Abstract: this article discusses ways to ensure the economic security of the state, which must be applied for the development of a more stable economic system of Russia. The article also talks about the relationship between economic and national security.

Keywords: state, economic security, methods, national security.

Реализация эффективных методов и стратегий обеспечения экономической безопасности является высокоактуальной задачей для государств в условиях современной глобализации и увеличивающихся экономических рисков. В данной статье особое внимание уделяется России, являющейся одной из ведущих мировых экономических держав. Государство сталкивается с различными вызовами и угрозами в сфере экономики, поэтому оно прибегает к разработке и реализации эффективных стратегий обеспечения экономической безопасности. Понимание экономической безопасности как одной из наиболее важных составляющих безопасности государства является необходимым, для успешного управления и развития государственной экономики.

В настоящее время диверсификация экономики является одним из ключевых механизмов обеспечения экономической стабильности Российской Федерации. Правительство активно сосредоточено на укреплении и развитии несырьевых секторов, а также на создании условий для роста инновационной инфраструктуры и поддержки технологических стартапов и малого бизнеса.

Кроме того, относительно важное значение имеет разработка и реализация эффективной экспортно-импортной политики, а также поиск новых возможностей для привлечения инвестиций. Все эти меры направлены на обеспечение устойчивого и стабильного экономического роста страны, а также на повышение ее конкурентоспособности на международном рынке.

Еще одним важным фактором, обеспечивающим экономическую безопасность, является повышение кадрового потенциала. Российская Федерация активно взаимодействует в направлении улучше-

ния системы подготовки квалифицированных сотрудников, повышения уровня профессионального образования и развития системы дополнительного обучения. В частности, особое внимание уделяется развитию специализаций в области инженерии и техники, а также обеспечению доступа к высококачественному образованию в регионах страны. Эти действия направлены на укрепление и развитие потенциала кадров, которые играют ключевую роль в обеспечении экономической стабильности и роста страны.

Кроме того, важным фактором обеспечения экономической безопасности является эффективное управление финансовыми ресурсами. Это включает в себя направление инвестиций в приоритетные отрасли экономики, контроль за расходованием бюджетных средств и контроль за финансовыми операциями.

Также необходимо обеспечить социальную стабильность и справедливость в обществе. Защита интересов людей, улучшение условий труда, борьба с бедностью и социальным неравенством способствуют созданию благоприятной экономической среды.

Важным аспектом обеспечения экономической безопасности является также сотрудничество с другими странами и международными организациями. Это позволяет развивать торговые отношения, привлекать иностранные инвестиции, участвовать в международных рынках и распределять риски.

В обеспечении устойчивости финансовой системы и банковского сектора национальной экономики ключевую роль играют надежное финансовое регулирование, эффективный контроль над платежными системами и эффективные методы борьбы с финансовыми мошенничествами. Эти меры позволяют стране обеспечить стабильность и надежность денежных потоков, а также минимизировать угрозы финансовых сбоев и риски для экономической безопасности.

Создание социальной справедливости и снижение уровня неравенства в обществе становятся важным аспектом национальной безопасности. Именно отсутствие социальной стабильности и высокая социальная дифференциация могут вызвать социальные конфликты и представлять серьезные угрозы для экономической безопасности страны.

Главным образом, обеспечение экономической безопасности является неотъемлемой составляющей национальной безопасности и существенно влияет на стабильное развитие страны. Для достижения этой цели требуется комплексный подход, включающий различные стратегии, механизмы и методы, направленные на защиту экономических интересов государства и создание благоприятной экономической среды для устойчивого развития. Только так можно обеспечить долгосрочную эффективность национальной экономики и минимизировать угрозы, которые могут возникнуть в процессе ее функционирования.

Таким образом, обеспечение экономической безопасности страны требует комплексного подхода и включает различные аспекты, такие как стабильность экономического окружения, диверсификация экономики, эффективное управление финансовыми ресурсами, социальная стабильность и сотрудничество с другими странами.

Список источников

1. 2-й кафедральный сборник научных статей кафедры «Анализ рисков и экономическая безопасность». Том 2 / Коллектив авторов. - М.: КноРус, 2022. - 686 с.
2. CD-ROM (PDF). Макроэкономика. Теория, практика, безопасность. Электронное учебное пособие для студентов, обучающихся по экономическим специальностям. Гриф МВД РФ. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник". - Москва: Наука, 2021. - 164 с.
3. Абрютин, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. - М.: Дело и сервис; Издание 3-е, перераб. и доп., 2021. - 272 с.
4. Авдийский, В. И. Национальная и региональная экономическая безопасность России. Учебное пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко, Н.Г. Синявский. - М.: ИНФРА-М, 2022. - 364 с.
5. Авдийский, В.И. Национальная и региональная экономическая безопасность России: Учебное пособие / В.И. Авдийский. - М.: ИНФРА-М, 2021. - 950 с.

6. Авдийский, Владимир Иванович Организация деятельности негосударственных охранных структур (как система экономической безопасности хозяйствующих субъектов). Учебное пособие. Гриф УМО вузов России / Авдийский Владимир Иванович. - М.: Альфа-М, 2021. - 806 с.
7. Аникин, А.В. Золото. Международный экономический аспект / А.В. Аникин. - М.: Международные отношения; Издание 2-е, перераб. и доп., 2021. - 331 с.
8. Артемьев, Н.В. Макроэкономика. Теория, практика, безопасность. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. Гриф МО РФ: моногр. / Н.В. Артемьев. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 548 с.
9. Бабенко, Л.К. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности: моногр. / Л.К. Бабенко, В.А. Быков, О.Б. Макаревич, и др.. - М.: Радио и связь, 2021. - 376 с.
10. Баранова, Е.П. Инфляция и международные экономические отношения капиталистических стран: моногр. / Е.П. Баранова. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 112 с.

УДК 33

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ДЯДИЩЕВ МАТВЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Липецкий филиал, город Липецк**Научный руководитель: Суханов Евгений Васильевич**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Липецкий филиал, город Липецк

Аннотация: в статье раскрыты основные преимущества процесса развития цифровой экономики в Российской Федерации согласно государственной программе «Цифровая экономика Российской Федерации». Кроме того, в статье будут освещены главные проблемы цифровизации и пути их преодоления.

Ключевые слова: экономика, цифровая экономика, IT-отрасль, государственная программа, технологии.

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Dyadischev Matvey Alexeevich*Scientific adviser: Sukhanov Evgeny Vasilyevich*

Abstract: The article reveals the main advantages of the process of development of the digital economy in the Russian Federation according to the program “Digital Economy of the Russian Federation”. In addition, the main problems of digitalization, the main problems of digitalization and ways to overcome them will be highlighted.

Key words: economics, digital economy, IT, government program, technologies.

Цифровизация экономики – это интеграция различных цифровых технологий в экономику, благодаря которой будет возможно существенно снизить стоимость товаров и услуг, увеличить их общедоступность и ускоренно и упрощенно вывести на мировые рынки. В сегодняшних реалиях всем развитым государствам необходимо совершенствоваться и соревноваться в сфере цифровизации экономики, чтобы оставаться действующими участниками мирового рынка, одновременно с этим развивая и модернизируя экономику внутри своей страны.

Предпосылки цифровизации экономики в России заключаются в том, что все больше и больше сфер нашей жизнедеятельности так или иначе начинают переплетаться с цифровой технологией. Например, та же экономика неразрывно связана с цифровым пространством – мы имеем цифровую налоговую базу, определяем итоги ведения бизнеса числами, соотносим экономическую терминологию с цифрами, рассчитываем социально-экономический план благодаря обработке и хранению цифровых данных.

Видимый курс на цифровизацию экономики в России был взят в рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г № 204 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», в состав которого входит программа «Цифровизация экономики Российской Федерации» [1].

В последнее время развитие цифровых технологий образует прогрессивную информационную среду, основу которой составляют новые виды рынков, цифровые платежные системы, виртуальные управления хозяйственными связями, сокращения естественных издержек бизнеса и необходимости в обширной транспортной инфраструктуре. Благодаря всем этим преимуществам развития цифровых технологий, можно сказать, что цифровизация экономики в России при должном и правильном управлении может поспособствовать повышению производительности труда, прогрессивному развитию цифровых технологий и IT-сферы в целом, росту качества жизни населения, и, как следствие, масштабному экономическому развитию страны.

Существуют проблемы цифровизации и пути их преодоления:

Вопреки стремлению государства грамотно и эффективно реализовывать программу цифровизации экономики России, на его пути становится ряд существенных проблем, которые могут притормаживать этот процесс [2, с. 15]:

Во-первых, это несовершенство технологий и отсутствие какого-либо программного обеспечения на территории нашей страны. Государству необходимо задуматься о создании такой технологии и программного обеспечения, которая объединяла бы всех участников рынка страны и сферы общественной жизни;

Вторая проблема вытекает из первой и представляет собой несовершенство конфиденциальной базы хранения данных. Для решения этой проблемы государству необходимо основательно подойти к вопросу создания проверенной безопасной системы хранения данных;

В-третьих, средний уровень цифровой грамотности населения России на 2022 год (крайнее исследование) составлял 69% от всего населения [3], что все еще является недостаточным уровнем для эффективного вовлечения людей в программу цифровизации. Решить данную проблему можно только другими программами по поднятию квалификации и цифровой грамотности населения, разъясняя людям, для чего нужны такие прогрессивные шаги;

В-четвертых, в 2023 году в России ощущается нехватка кадров в IT-сфере, что существенно замедляет курс цифровизации экономики. Государству необходимо решить этот вопрос улучшением программы подготовки будущих специалистов в IT-сфере и замотивировать людей на изучение данной профессии.

Вышеперечисленные проблемы, которые создают препятствия на пути процесса цифровизации экономики, могут быть решены комплексно. Для того, чтобы грамотно реализовывать программу цифровизации экономики, нужно устранять все проблемы в соответствии с возможностями бюджета экономики страны и ее сегодняшними возможностями [4, с. 7].

Во всех странах сегодня происходит процесс укрепления информационной составляющей в политике, экономике и идеологии, из-за чего возникает необходимость в основательном и глубоком изучении и исследовании цифровизации.

Процесс развития цифровой экономики представляет собой фундамент для создания новых моделей бизнеса, качественных изменений в общей экономической сфере посредством улучшения управляемости и гибкости этого процесса, увеличение объемов финансирования научно-исследовательских разработок в сфере цифровизации помогут не только модернизировать существующую модель цифровизации экономики, но и привнести в этот процесс инновационные прорывные решения. Благодаря новым технологиям и активным слаженным действиям со стороны государства, бизнеса и научного сообщества цифровизация обретет синергетический эффект и приведет в конечном итоге к общему росту экономики страны.

Цифровизация экономики и внедрение в нее новых технологий позволяет автоматизировать и улучшить процессы в различных экономических отраслях. Это повышает степень эффективности работы и ускоряет производственные процессы. Помимо этого, процесс цифровизации может привести к

упрощению доступа к образованию и здравоохранению, их улучшению, появлению новых квалифицированных рабочих мест в сфере информационной безопасности, интернет-маркетинга, IT-сферы, обслуживания и т.п. Опыт многих стран мира показывает, что развитие цифровой экономики способствует усилению конкуренции, повышению производительности и облегчения доступа населения к информации и государственным услугам.

Список источников

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>
2. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика — 2016. — С. 15
3. Уровень цифровой грамотности у россиян в 2022 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/43493/>
4. Шуйский, В. П. Цифровизация экономики России: достижения и перспективы. [Электронный ресурс] // Среднерусский вестник общественных наук. электрон. науч. ст. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-ekonomiki-rossii-dostizheniya-i-perspektivy/viewer> — С. 7

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ

УДК 304.5

ОБМЕН И ПРОИЗВОДСТВО: СУЩНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ИСТОРИЧЕСКОЙ ДИНАМИКЕ

НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ

д. филос. н., профессор, главный научный сотрудник,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»
г. Екатеринбург

Аннотация: «Капитал» - это главное, основное в понимании марксизма. Знание его дает счастье понимания, куда надо идти, уверенность в исходе дела. Исторически капитал капитализмом сводится к деньгам, а определение денег как капитала представляет шаг вперед в жизни общества. Небополитика подвергает критике западную политическую экономию, забывая, что научная критика К. Марксом в понимании денег как капитала отражает этапы их эволюции. Внимание к обращению денег и товаров скрывает процесс производства, когда низшая форма оказывается носителем высшей, поскольку в теории, и в истории понятие стоимости предшествует понятию капитала. Торговый капитал как обращающийся капитал есть первая форма капитала, более развитая форма — денежный капитал. Рассматривая формы денег в истории (золото, нефтедоллары, криптовалюта), небополитика приходит к обнаружению нового капитала, существующего в нематериальной форме доброй воли с именем «гудвилл» как способности творить новое на общее благо. Однако сущность человека при капитализме формируется поверхностью социального обмена, суммой меновой стоимости и это то, что принимается за неизменную сущность – таков гоббсовский принцип «человек человеку - волк». В советской культуре борьба принципов индивидуализма и коллективизма как двух человеческих сущностей точно отражено в романе и многосерийном фильме «Вечный зов».

Ключевые слова: Капитал, марксизм, счастье понимания, капитализм, деньги, небополитика, политическая экономия, процесс производства, понятие стоимости, торговый капитал, обращающийся капитал, денежный капитал, новый капитал, добрая воля, общее благо, сущность человека, социальный обмен, меновая стоимость, гоббсовский принцип, «Вечный зов».

EXCHANGE AND PRODUCTION: ESSENCE MAN IN HISTORICAL DYNAMICS

Nekrasov Stanislav Nikolaevich

Annotation. “Capital” is the main thing, the main thing in the understanding of Marxism. Knowing it gives you the happiness of understanding where you need to go and confidence in the outcome of the matter. Historically, capital is reduced by capitalism to money, and the definition of money as capital represents a step forward in the life of society. Heavenly politics criticizes Western political economy, forgetting that K. Marx’s scientific criticism of the understanding of money as capital reflects the stages of its evolution. Attention to the circulation of money and goods hides the process of production, when the lower form turns out to be the bearer of the higher, since in theory and in history the concept of value precedes the concept of capital. Merchant capital as circulating capital is the first form of capital; a more developed form is money capital. Considering the forms of money in history (gold, petrodollars, cryptocurrency), heavenly politics comes to the discovery of new capital that exists in the intangible form of goodwill called “goodwill” as the ability to create new things for the common good. However, the essence of man under capitalism is formed by the surface of social exchange, the sum of exchange value, and this is what is accepted as an unchanging essence - this is the Hobbesian principle of “man is a wolf to man.” In Soviet culture, the struggle between the principles of individualism and collectivism

as two human entities is accurately reflected in the novel and serial film "Eternal Call".

Key words: Capital, Marxism, happiness of understanding, capitalism, money, heavenly politics, political economy, production process, concept of value, commercial capital, circulating capital, money capital, new capital, good will, common good, human essence, social exchange, exchange value, Hobbesian principle, "Eternal Call".

В.И. Ленин, а затем и Н.К. Крупская не раз подчеркивали, что «Капитал» - это главное, основное в понимании марксизма. Ведь само слово *Das Kapital* так и переводится. Н.К. Крупская писала о своем сложном пути становления революционеркой и затем марксисткой, утверждая, что главным тут была встреча с марксовым «Капиталом»: «Первые две главы были очень трудны, но начиная с третьей главы дело пошло на лад. Я точно живую воду пила. Не в терроре одиночек, не в толстовском самоусовершенствовании надо искать путь. Могучее рабочее движение — вот где выход». Далее она в автобиографии 1925 г., написанной для советских детей нового общества, делала вывод о счастье целостного научного понимания мира: «Марксизм дал мне величайшее счастье, какого только может желать человек: знание, куда надо идти, спокойную уверенность в конечном исходе дела, с которым связала свою жизнь. Путь не всегда был легок, по сомнения в том, что он правилен, никогда не было. Бывали, может быть, ошибочные шаги, иначе и быть не могло, но ошибки поправлялись, а движение шло широкой волной к цели...» [1, с. 34-35].

Это было счастье для педагога, и социального ученого, каким всю жизнь была Н.К. Крупская, было для нее ценно вдвойне: «Я кончила гимназию, педагогический класс, была некоторое время на курсах — и никогда не слышала о движущих силах истории, не слышала и о жизни первобытного общества. Передо мною открывались совершенно новые горизонты. Конечно, марксистка тогда я была еще очень первобытная. Сделалась я ею лишь зимой 1890/91 г.» [1, с. 35].

Исторически капитал капитализмом и рынком сводится к деньгам. А определение денег как капитала представляет собой шаг вперед в практической жизни общества, использующего старые деньги — золото, новые деньги — нефтедоллары, новейшие деньги — криптовалюту. Небополитик А.П. Девятов пишет, что «Деньги лишь как учетная единица без функции меры стоимости в обороте были придуманы в XII веке, приобрели бумажную форму и стали называться 鈔 — чао». От утверждает, что «Вся европейская политэкономия описывает только функции денег как меры стоимости в обороте (би). Про двухконтурную денежную систему азиатского способа производства энциклопедии, словари и учебники просвещенного Запада скромно умалчивают» [2]. Небополитика — новое научное направление, родившееся в России, которое изучает время и его циклы в отличие от геополитики пространства.

Однако, отметим, в «Экономических рукописях 1857-1859 гг.» К. Маркс пишет, что понимание денег как капитала отражает этап их эволюции подобно тому, как в реальности природы обезьяна превращается в человека. Тем самым К. Маркс выходит за пределы европейской политэкономии и недаром его «Капитал» имеет подзаголовок «Критика политической экономии». В «Экономических рукописях 1857-1859 гг.» в 46 томе, часть 1, он отмечает: «Деньги как капитал — это такое определение денег, которое выходит за пределы их простого определения как денег. Деньги как капитал можно рассматривать как более высокую реализацию денег, подобно тому как можно сказать, что обезьяна развивается в человека. Однако в таком случае более низкая форма выступает в качестве носителя более высокой формы, доминирующего над ней. Как бы то ни было, *деньги как капитал* отличаются от *денег как денег*. Это новое определение нужно разобрать» [3, с. 198].

К. Маркс пишет, как в исторической динамике низкая форма несет высокую, но высокая уже не превращается в низкую: «С другой стороны, *капитал как деньги* кажется возвращением капитала к более низкой форме. Но это есть лишь полагание капитала в такой особенности, которая, как некапитал, существует уже до него и составляет одну из его предпосылок. При всех позднейших отношениях снова встречаются деньги, но тогда они функционируют уже не как простые деньги. Если, как в данном случае, дело прежде всего идет о том, чтобы проследить развитие денег вплоть до их совокупного целого в виде денежного рынка, то развитие других отношений при этом предполагается и время от вре-

мени должно включаться в исследование. Так, в данном случае, прежде чем перейти к особенности капитала как денег, нужно рассмотреть общее определение капитала» [3, с. 198].

Возможно упрощенное понимание капитала как суммы меновых стоимостей. Это обывательское представление хорошо для брачных расчетов, когда нужно заключить мезальянс и выйти замуж или жениться на капитале, то есть на живом носителе капитала. Не случайно автор упоминает: «Если я скажу, подобно, например, Сэю, что капитал есть *сумма стоимостей*, то этим я скажу только, что *капитал равен меновой стоимости*. Всякая сумма стоимостей есть определенная меновая стоимость, и всякая меновая стоимость есть некоторая сумма стоимостей. Путем простого сложения я не могу от меновой стоимости прийти к капиталу. В простом накоплении денег, как мы видели, еще нет отношения капитализации» [3, с. 198]. Простым накоплением занимались миллионы скряг и сберегателей, подобных бальзаковскому Гобсеку или диккенсовскому дядюшке Скруджу.

Однако накопители выхватывают ценности с поверхности процесса – из обмена, из мелочной и розничной торговли. В торговле равны рабочий и миллионер, покупающие каравай хлеба: «Только в так называемой розничной торговле, в повседневном обороте буржуазной жизни, как он протекает непосредственно между производителями и потребителями, в мелочной торговле, при которой целью одной из сторон является обмен товара на деньги, а целью другой стороны обмен денег на товар для удовлетворения индивидуальных потребностей, — только в этом движении, происходящем на поверхности буржуазного мира, движение меновых стоимостей, их обращение протекает в чистом виде. И рабочий, покупающий каравай хлеба, и миллионер, покупающий такой же каравай, выступают в этом акте лишь как простые покупатели, точно так же как лавочник по отношению к ним выступает лишь как продавец. Все другие определения здесь погашены. Как *содержание* их покупок, так и *объем* их представляются для этого определения формы совершенно безразличными» [3, с. 198-199].

И в теории, и в истории понятие стоимости предшествует понятию капитала: «Если в теории понятие стоимости предшествует понятию капитала, но, с другой стороны, в свою очередь предполагает в качестве условия своего чистого развития способ производства, основанный на капитале, то это имеет место и в практике. Поэтому экономисты неизбежно рассматривают в одних случаях капитал в качестве творца стоимости, в качестве источника последней, а в других — предполагают стоимость для объяснения образования капитала, а сам капитал изображают всего лишь как сумму стоимостей в некоторой определенной функции. Существование стоимости в ее чистоте и всеобщности предполагает такой способ производства, при котором отдельный продукт уже перестал быть отдельным продуктом для производителя вообще и, тем более, для отдельного рабочего и без реализации в обращении является ничем. Для того, кто создает некоторую бесконечно малую составную часть аршина ситца, отнюдь не является формальным определением то обстоятельство, что этот аршин представляет собой стоимость, меновую стоимость. Если бы он не создал меновой стоимости, денег, то он вообще ничего бы не создал. Таким образом, само это определение стоимости имеет своей предпосылкой данную историческую ступень общественного способа производства и в свою очередь является отношением, данным вместе с этой ступенью, т. е. историческим отношением» [3, с. 199]. Капитал и стоимость являются историческим отношением и продуктом истории.

Вместе с тем К. Маркс показывает, что моменты определения стоимости и становления капитала проходят в истории на ранних ее ступенях очень важные и особенные моменты: «С другой стороны, отдельные моменты определения стоимости развиваются на более ранних ступенях исторического производственного процесса общества и выступают как результат этого процесса». Однако в буржуазном обществе из стоимости рождается капитал, и автор «Капитала» пишет: «Итак, в системе буржуазного общества за стоимостью непосредственно следует капитал. *В истории этой системы предшествуют другие системы*, образующие материальную основу для менее совершенного развития стоимости. Так как меновая стоимость здесь играет лишь побочную роль по сравнению с потребительной стоимостью, то в качестве реального базиса такого общества выступает не капитал, а отношение земельной собственности. Напротив, современная земельная собственность совершенно не может быть понята, — ибо она не может и существовать, — без капитала как ее предпосылки, и исторически она действительно выступает как обусловленная капиталом, приспособленная им к себе форма предше-

ствующего исторического уклада земельной собственности. Поэтому как раз на развитии земельной собственности и можно проследить постепенную победу и упрочение капитала; вот почему Рикардо, экономист новейшего времени, поставив перед собою цель фиксировать отношения капитала, наемного труда и земельной ренты в их специфической форме, с большим историческим чутьем рассматривал их в границах земельной собственности» [3, с. 199-200].

В зрелом капитализме «сперва капитал происходит из обращения, а именно из денег как своего исходного пункта. Торговый капитал есть всего лишь обращающийся капитал, а обращающийся капитал есть самая первая форма капитала, в которой капитал *еще ни в какой мере не стал основой производства*. Дальнейшая, более развитая форма — это *денежный капитал и денежный процент*, ростовщичество, самостоятельное выступление которого тоже относится к ранней ступени развития» [3, с. 200].

Итак, «Если рассматривать обращение в себе самом, оно представляет собой опосредствование заранее данных противоположных друг другу моментов. Но само оно не создает этих моментов. Следовательно, обращение должно все-таки быть опосредствовано не только в каждом из своих моментов, но также и в своем целом, как совокупный процесс опосредствования. Непосредственное бытие обращения оказывается поэтому чистой видимостью. *Обращение есть внешнее проявление процесса, протекающего позади обращения*» [3, с. 203].

Перебирая основные формы денег в истории (золото, нефтедоллары, криптовалюта), небополитика приходит к обнаружению нового капитала: «главным — новым капиталом — в экономике знаний культурных кодов популяций информационного общества станет капитализация фазы цикла воспроизводства жизни поколений.

Расчетной единицей нового капитала станет один год жизни. А накопление нового капитала будет производиться в нематериальной форме доброй воли с именем «гудвилл» как способности творить новое, небывалое на общее благо. Ибо на эти экстраординарные способности людей, вследствие их не отчуждаемости от носителя, невозможно оформить права собственности и продать. Гудвилл можно только внести долей в общее дело круговой поруки. Соответственно появятся и новые деньги в функции чао.

Вероятно, ими станут глобальные казенные (от опыта азиатского способа производства с двухконтурной денежной системой) криптовалюты: закодированные цифровые учетные единицы, в натуре привязанные к весу золота, и используемые в протоколе расчетов (транзакций) по технологии блокчейн» [2].

Поскольку, по А.П. Девятову, накопление нового капитала будет производиться в нематериальной форме доброй воли с именем «гудвилл», то в соответствии с научной теорией марксизма капитал накапливается благодаря деятельности человека и возможно накопление разрушительного антисоциального капитала и социального капитала реализации человеческой сущности и освобождения свободного времени для творчества. Сущность человека при капитализме формируется поверхностью социального обмена, суммой меновой стоимости и это то, что принимается за постоянную сущность — таков гоббсовский принцип «человек человеку - волк».

В советской культуре борьба принципов индивидуализма и коллективизма как двух человеческих сущностей адекватно отражено в романе и многосерийном фильме «Вечный зов». Как утверждал кинематографический антигерой офицер Абвера А. Лахновский: «есть только одна идеология у всех — человек хочет жить и жрать. Причем жить как можно дольше. А жрать как можно слаще. Одна идеология для всех стран и народов... Фанатизм, обыкновенный коммунистический фанатизм... Но как человека ни воспитывай, остается один нестареющий вечный закон — своя рубашка ближе к телу, и мы сделаем так, чтобы рубашка эта к телу намертво приросла» [4].

Далее в фильм уже из книги вводится знаменитый фрагмент, который несмотря на художественный вымысел, в нашей публицистике громко называется «доктрина А. Даллеса»: «Окончится война — всё как-то утрясётся, устроится. И мы бросим всё, что имеем, чем располагаем... всё золото, всю материальную мощь на оболванивание и одурачивание людей! Человеческий мозг, сознание людей способно к изменению. Посеяв там хаос, мы незаметно подменим их ценности на фальшивые и заставим их в эти фальшивые ценности поверить!» [5]. В фильме встреча Полипова с Лахновским получает апогей в приказе Лахновского «Расстрелять его. Готовьте комендантский взвод. Ты же не разделяешь моего ис-

торического оптимизма. Агента нашего отказался принять. А-а, дохнуло смертью и сразу согласился. И большинство людей таких. Своя рубашка ближе к телу. А ты говоришь, что мы не найдем себе помощников» [5].

Но там и в тех гуманистических государствах-цивилизациях, где сущность человека формируется производством, то есть клеточками социалистического общества, там актуализируется спор о сущности человека в ином измерении. В книге его нет, но в фильме он занимает центральную часть третьей серии, названной «В чем твоя вера?». Именно такой вопрос еще до революции задает кулак Кафтанов большевику Кружилину:

«А того не понимаешь умишком своим, что на таких вот, как я, к примеру, всё и держится. Вся Империя Российская держится, мы — опора её.

— Ведь опору-то вышибить можно, Михал Лукич. Чайку не хочешь?

— Вышибить? А пупок не развяжется? Стало быть, ты не на меня, а на всю Империю Российскую замахнулся. Расскажи-ка мне, голова с ушами, а полиция? А жандармы? Скажем, армия та же? С ними как, голозадики, будете?

— Умный ты человек, Михал Лукич, я всегда это говорил. А спрашиваешь глупо до невозможности! Армия-то кто? Опять же голозадики. Вы им пушки-пулемётики сами в руки дали. Ружьё поверни, оно и... а? Большая промашка.

— Да, ружьё повернуть-то можно. Это понять нетрудно. А человека как повернёшь? Жадность его, а? Это как? Молод ты ещё, а я пожил и повидал людей, знаю. Грязь они одна. Сверху чисто, копнёшь — тьфу! Их топчешь, а они сапоги тебе лжут... Чего тебе надо? В чём твоя вера?

— Да в людей, Михал Лукич. Кого ты грязью считаешь.

— Это что, значит, воевать будем?

— Воевать. Куда денешься?

— Ежели мы грудь с грудью сойдёмся, вся земля кровью умоется.

— Мы своей не пожалеем» [6].

На сайте «Застава НКК. Информационный ресурс научно-коммунистической культуры» мы нашли приведенный выше фрагмент сценария фильма, отличающегося от книги А. Иванова. Сценарий фильма не представлен в целом и не опубликован, что говорит об открытости поднятой авторами романа и фильма проблематики и ее расхождении в литературном и кинематографическом воплощениях. Проблема капитала и денег отражает типологию понимания обществ и исторически изменяющейся человеческой сущности. И не случайно экономические труды К. Маркса неразрывно связаны с его философскими произведениями. Понятно, что основоположник нового мировоззрения прежде всего философ и уже после этого экономист. Не случаен последний, одиннадцатый и самый знаменитый тезис о Фейербахе написанный весной 1845 г.: «Философы лишь различным образом объясняли мир, но дело заключается в том, чтобы изменить его» [7, с. 4].

Список источников

1. Крупская Н.К. Педагогические сочинения в десяти томах. М.: Изд. Академии пед. наук, 1957. т. 1. – 524 с.
2. Девятков А.П. Небополитика о главном или богатство информационного общества - коды. Часть 2. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dzen.ru/a/Y_whQ3IFHhah57IT
3. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2 изд., М.: ГИПЛ, 1968. т. 46. ч. 1. – 559 с.
4. Вечный зов. 15 серия. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ya.ru/video/preview/14710129119626666204>
5. Предостережение потомкам из романа "Вечный зов" - разговор Лахновского и Полипова. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovsojuz.mirtes>
6. В чём твоя вера? - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zastava-nkk.ru/v-chyom-tvoya-vera/?ysclid=ipe26tax2g140961869>
7. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2 изд., М.: ГИПЛ, 1955. т. 3. – 629 с.

УДК 35.08

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРИМЕРЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ПО УПРАВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ В ГОРОДЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ДРОБЫШЕВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА

магистрант

СЗИУ РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Научный руководитель: Войнаровская Людмила Ивановна

кандидат исторических наук, доцент

СЗИУ РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация),

Аннотация: в статье рассмотрена система мотивации и стимулирования федеральных государственных гражданских служащих на примере Межрегионального территориального управления Федерального агентства по управлению государственным имуществом в городе Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Ключевые слова: материальная мотивация, нематериальная мотивация, социальная мотивация, персонал, государственная гражданская служба.

HARACTERISTICS OF THE SYSTEM OF MOTIVATION AND STIMULATION OF LABOR ACTIVITY OF STATE CIVIL SERVANTS OF THE RUSSIAN FEDERATION ON THE EXAMPLE OF THE INTERREGIONAL TERRITORIAL ADMINISTRATION OF THE FEDERAL AGENCY FOR STATE PROPERTY MANAGEMENT IN THE CITY OF ST. PETERSBURG AND THE LENINGRAD REGION

Drobysheva Marya Olegovna

Scientific adviser: Voinarovskaya Ludmila Ivanovna

Abstract: the article considers the system of motivation and stimulation of federal state civil servants on the example of the Interregional Territorial Administration of the Federal Agency for State Property Management in the city of St. Petersburg and the Leningrad region.

Key words: material motivation, non-material motivation, social motivation, personnel, state civil service.

1. Характеристика и функции организации.

Территориальное управление Федерального агентства по управлению государственным имуществом в городе Санкт-Петербурге (ТУ Росимущества в городе Санкт-Петербурге) создано по Приказу Федерального агентства по управлению государственным имуществом от 23.04.2009 г. №111.

В соответствии с приказом Росимущества от 19.12.2016 № 464 «О реорганизации территориальных управлений Федерального агентства по управлению государственным имуществом» 30.06.2017 завершена реорганизация ТУ Росимущества в городе Санкт-Петербурге в форме присоединения к нему ТУ Росимущества в Ленинградской области и переименования в Межрегиональное территориальное управление Федерального агентства по управлению государственным имуществом в городе Санкт-Петербурге и Ленинградской области (далее - МТУ Росимущества).

По итогам 2022 года ИИЭ деятельности МТУ Росимущества составлял 75% и 31 место в рейтинге.

МТУ Росимущества располагается по адресу: Санкт-Петербург, ул. Гороховая, 2/6, литер А. тел. 8(812) 643-55-75. Сайт организации: tu78.rosim.ru.

Основные функции МТУ Росимущества: управление федеральным имуществом, функции по организации продажи приватизируемого федерального имущества, реализации имущества, арестованного во исполнение судебных решений, функции по реализации конфискованного, движимого бесхозяйного, изъятого и иного имущества, обращенного в собственность государства в соответствии с законодательством Российской Федерации, функции по оказанию государственных услуг и правоприменительные функции в сфере имущественных и земельных отношений;

является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции в области приватизации и полномочия собственника, в том числе права акционера и участника общества с ограниченной ответственностью, в сфере управления имуществом Российской Федерации;

организует в установленном порядке реализацию, в том числе выступает продавцом, имущества (в том числе имущественных прав), арестованного во исполнение судебных решений;

заключает в установленном порядке договоры купли-продажи федерального и иного имущества, а также обеспечивает передачу прав собственности на это имущество.

2. Внутриорганизационные документы, определяющие порядок мотивации и стимулирования трудовой деятельности сотрудников организации

- Приказ об утверждении Положения о премировании, выплаты единовременного поощрения, материальной помощи, единовременной выплаты при предоставлении ежегодного оплачиваемого отпуска федеральным государственным гражданским служащим территориальных органов федерального агентства по управлению государственным имуществом;

- Положение о санаторно-курортном лечении федеральных государственных гражданских служащих и членов их семей в санаториях Росимущества в Кисловодске, Сочи, Москве и Подмосковье;

- Приказ об утверждении Совета наставников в МТУ Росимущества;

- Приказ об утверждении Положения о распределении служебных жилых помещений для сотрудников МТУ Росимущества;

- Приказ о создании комиссии по постановке на учет сотрудников МТУ Росимущества для получения единовременной субсидии для приобретения жилого помещения;

- Положение о проведении квалификационного экзамена для сотрудников МТУ Росимущества в городе Санкт-Петербурге;

3. Виды, формы и краткая характеристика стимулирования и мотивации труда сотрудников в организации.

- Ежемесячное денежное содержание, премия каждый квартал за выполнение особо важных и сложных заданий и по результатам работы за квартал, надбавка за выслугу лет на государственной гражданской службе по следующей градации:

от 1 до 5 лет стажа - 10 процентов от должностного оклада;

от 5 до 10 лет стажа: 15 процентов от должностного оклада;

от 10 до 15 лет стажа: 20 процентов от должностного оклада;

свыше 15 лет стажа: 30 процентов от должностного оклада;

предоставление служебных жилых помещений для сотрудников и совместно проживающих с ними членов их семей, при условии отсутствия собственности в Санкт-Петербурге, оформление санаторно-курортного лечения для сотрудников и членов их семей, единовременные выплаты к отпуску, свадьбе, рождению ребенка, смерти сотрудника или членов его семьи.

- Моральное поощрение подчиненных: карьерный рост, повышение квалификации.

Виды мотивации сотрудников МТУ Росимущества:

Материальная мотивация персонала: премирование, путевки в санатории, дисциплинарные взыскания сотрудников за ненадлежащее выполнение должностных обязанностей.

Нематериальная мотивация персонала: престиж государственной гражданской службы, повышение квалификации и профессиональная переподготовка, вручение благодарности и почетной грамоты сотрудникам за эффективную и безупречную государственную гражданскую службу, а также в связи с юбилейными праздничными датами, дружелюбный и сплоченный коллектив, а также расположение офиса организации в историческом центре Санкт-Петербурга рядом с Дворцовой площадью и Зимним дворцом - Эрмитажем является дополнительной мотивацией для эффективной результативности труда.

4. Социально-психологические методы мотивации трудовой деятельности в организации.

В МТУ Росимущества поддержание благоприятного психологического климата в коллективе производится за счет следования принципам кодекса и служебного поведения государственного гражданского служащего, одобренного решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г. (протокол № 21). Целью Типового кодекса является установление этических норм и правил служебного поведения государственных служащих для достойного выполнения ими своей профессиональной деятельности, а также содействие укреплению авторитета государственных служащих, доверия граждан к государственным органам и органам местного самоуправления и обеспечение единых норм поведения государственных служащих. Типовой кодекс призван повысить эффективность выполнения государственными служащими своих должностных обязанностей.

Среди пунктов Типового кодекса можно выделить несколько основных принципов, широко используемых в МТУ Росимущества:

- исходить из того, что признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина определяют основной смысл и содержание деятельности как государственных органов и органов местного самоуправления, так и государственных служащих;

- уведомлять представителя нанимателя (работодателя), органы прокуратуры или другие государственные органы либо органы местного самоуправления обо всех случаях обращения к государственно-му служащему каких-либо лиц в целях склонения к совершению коррупционных правонарушений;

- воздерживаться от публичных высказываний, суждений и оценок в отношении деятельности государственного органа или органа местного самоуправления, его руководителя, если это не входит в должностные обязанности государственного служащего.

Список источников

1. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (ред. от 18.02.2023) // «Консультант плюс».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 05.03.2018 № 227 «О некоторых мерах по внедрению информационных технологий в кадровую работу на государственной гражданской службе Российской Федерации». // «Консультант плюс».

3. Асланов М.А. Традиционные и инновационные кадровые технологии в органах государственного управления // Проблемы современной экономики, 2014. – 46 с.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИК**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 25 ноября 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 26.11.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 7,6

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru

