## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»



## ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИНОВАЦИИ

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

СБОРНИК СТАТЕЙ II МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, СОСТОЯВШЕЙСЯ 25 ФЕВРАЛЯ 2024 Г. В Г. ПЕНЗА

> ПЕНЗА МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ» 2024

УДК 001.1 ББК 60 Э40

## Ответственный редактор: Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

**340** 

**ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ:** сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – 138 с.

ISBN 978-5-00236-237-0

Настоящий сборник составлен по материалам II Международной научно-практической конференции «ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ», состоявшейся 25 февраля 2024 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 №1096-04/2016K от 26.04.2016 г.

УДК 001.1 ББК 60

> © МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024 © Коллектив авторов, 2024

ISBN 978-5-00236-237-0

## Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

## Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

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

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

## СОДЕРЖАНИЕ

МЕНЕДЖМЕНТ	7
РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ СОГЛАСНО ИСО 9001:2015 КУЛАГИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ	8
ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОСИПОВ ВЛАДИМИР ВАЛЕРЬЕВИЧ	11
АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ НА ПРИМЕРЕ ЛИФТОВ ОТРАСЛИ МИРОШНИКОВ АРТЕМИЙ МИХАЙЛОВИЧ	
МАРКЕТИНГ	20
АСПЕКТЫ СТРАТЕГИИ БРЕНД-МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ПАЛЬЧИКОВА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА	21
КОММУНИКАЦИЯ И КОНТЕНТ КАК ОСНОВА ПРОДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ БЕЛЯКИНА МАРИЯ ОЛЕГОВНА	25
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	28
ВЛИЯНИЕ УХОДА ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ ФЕДОРОВ ВЛАДИСЛАВ ВЛАДИМИРОВИЧ	29
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ РОССИИ И КАЗАХСТАНА ПО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ КИМ Е. Г.	33
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	37
ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНЫХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ДЛЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ИЛЬИН РОМАН ВАДИМОВИЧ	38
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	43
ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ БАЛАНСА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫ: ОПЕРАЦИЙ ДЕДИКОВА АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА	
БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БЕЛОУСОВА ИРИНА ВИКТОРОВНА, ГРИШАНОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, САВЕЛЬЕВ АНДРЕЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ	47

СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КЛЕЙН МАЛИК ИГОРЕВИЧ	50
ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ ОДИНЦОВ МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВИЧ	53
РЫБОЛОВСТВО В АРКТИКЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИИ КУБАХ ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА	57
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ЦОЙ ЕКАТЕРИНА ИГОРЕВНА	61
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	65
СОСТОЯНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ ХАБАРОВ КИРИЛЛ ДМИТРИЕВИЧ	66
КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	71
ПРИНЦИП «НЕВИДИМОЙ РУКИ РЫНКА» В ЭКОНОМИКЕ НИКИТЕНКО МАТВЕЙ МИХАЙЛОВИЧ, БОРЗИКОВ ИВАН АНТОНОВИЧ	72
ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	75
ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИРФ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ БУРМА ВИТАЛИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ, ЕЕ КАДРОВЫЕ АСПЕКТЫ ТЫЛ ЕЛИЗАВЕТА СТАНИСЛАВОВНА	81
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОСТОЯНИЕ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЁ ОБЕСПЕЧЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ И БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТЕЙ) ПОДДУЕВА ЭЛИНА ДЕНИСОВНА	84
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ: ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ЛЕВИЦКАЯ ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА	90
ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РФ «РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА» В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЬ МАКЕЕВ АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВИЧ	ol 93
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ СВЕЖЕНЦЕВА АНАСТАСИЯ ИВАНОВНА	97

ДИАГНОСТИКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)	
ВАЙС МИЛАНА ЕВГЕНЬЕВНА	101
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ	106
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ И СХЕМЫ СИСТЕМЫ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ ВОРОБЬЕВ РОМАН МИХАЙЛОВИЧ, ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ, ВОЛКОВ ВЛАДИСЛАВ ЮРЬЕВИЧ	107
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	111
ПОНЯТИЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОВ, ИХ ПРИЗНАКИ (НА ПРИМЕРЕ ТОВАРНОЙ ПОЗИЦИИ 9019 ТН ВЭД ЕАЭС) ТЮТЬКИНА ДАРЬЯ АНДРЕЕВНА	112
ОСОБЕННОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ГРАФ ДЕКЛАРАЦИИ НА ТОВАРЫ В ЗАВИСИМОС ОТ КЛАССИФИКАЦИОННОГО КОДА ТОВАРА В СООТВЕТСТВИИ С ТН ВЭД ЕАЭС ТЕЛЕГОВА ДАРЬЯ МИХАЙЛОВНА	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	121
ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА В ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ПЕРЕШИВКО ГАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА	122
МИССЕЛИНГ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
МАРТЫНЮК НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА, ФОКИНА ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА	127
ИНТЕГРАЦИЯ ВУЗОВ В НАУЧНЫЕ И ПРОМЫШЛЕННЫЕ КООПЕРАЦИИ КАК МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	
ЛАВРИЩЕВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА, ТОЛСТИКОВ АНДРЕЙ ВИКТОРОВИЧ	131

## **МЕНЕДЖМЕНТ**

УДК 658

## РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ СОГЛАСНО ИСО 9001:2015

## КУЛАГИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ

главный специалист СМК Филиал ROIN WORLD в Народной Республике Бангладеш

**Аннотация:** в статье представлены этапы разработки процессов, отраженные в задокументированной системе управления процессами в Организации. Идентифицированы основные процессы организации необходимые для поддержания функционирования системы менеджмента качества Организации. Приведен порядок работы с целями процессов.

Ключевые слова: процесс, иеднитфикация процессов, управление процессами, цели процесса.

## DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION'S QUALITY MANAGEMENT SYSTEM PROCESSES ACCORDING TO ISO 9001:2015

## Kulagin Vladimir Nikolayevich

**Abstract**: The article presents the stages of process development reflected in the documented process management system in the Organization. The main processes of the organization necessary for maintaining the functioning of the quality management system of the Organization are identified. The order of work with the goals of the processes is given.

**Key words:** process, process idnitfication, process management, process objectives.

Для соблюдения требований ИСО 9001:2015, в Организации применен процессный подход при разработке процессов системы менеджмента качества. Взаимодействие процессов и идентификация связей между ними, позволяет структурировать и систематизировать релевантную информацию, которая способствует результативности и эффективности Организации в достижении поставленных целей.

Согласно ИСО 9001:2015, применение процессного подхода позволяет:

- понимать и постоянно выполнять требования;
- рассматривать процесс с точки зрения добавления им ценностей;
- достигать результативного функционирования процессов;
- совершенствовать процессы на основе оценивания данных и информации.

На первом этапе выполнена идентификация процессов. На втором этапе назначены лица, ответственные за процессы. На третьем этапе выполнена регламентация, описание процессов, задокументированных в СТО – стандартах организации (далее по тексту – СТО).

Для управления выявленными процессами, разработан СТО «Система управления процессами», включающий в себя все процессы необходимые для функционирования СМК Организации. Схематично этапы представлены на (рис.1).

На четвертом этапе определяются цели процесса. По утвержденной форме, отдельным документом прописываются цели по каждому процессу. Цели разрабатываются сроком на 1 год и их достижение контролируется ответственными сотрудниками за каждый процесс. Цели процессов выражены в

количественных показателях.

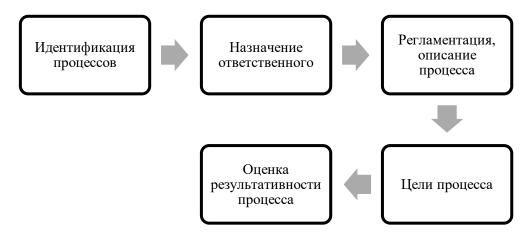


Рис. 1. Этапы разработки процессов и оценка функционирования процесса

По окончанию календарного года, выполняется анализ результативности целей согласно СТО «Анализ СМК со стороны руководства». Результаты анализа позволяют сделать выводы и при необходимости определить причинно-следственную связь (применяется диаграмма Ишикавы), если полученные результаты ниже запланированных.

Выделенные основные процессы задокументированы и представлены в стандартах Организации (Таблица 1).

Таблица 1

	Процессы Организации			
<b>№</b> п/п	Наименование процесса	СТО		
1	Управление документированной информацией	Система управления документированной информацией		
2	Управление записями	Система управления записями		
3	Управление качеством	Положение о представителе руководства по СМК		
4	Анализ СМК	Анализ СМК со стороны руководства		
5	Управление персоналом	Система управления персоналом		
6	Аттестация персонала	Система обучения и аттестации персонала		
7	Закупки	Систему управления закупочной деятельностью		
8	Оценка и выбор поставщиков	Система оценки и выбор поставщиков		
9	Проведение входного контроля	Система входного контроля сырья и оборудования		
10	Управление процессами	Система управления процессами		
11	Управление устройствами для мониторинга измерений	Система управления устройствами для мониторинга измерений		
12	Техническое обслуживание оборудования	Система организации обслуживания и ремонта технологического оборудования		
13	Проведение аудитов	Система проведения внутренних аудитов Система проведения внешних аудитов		
14	Действия с несоответствующей про- дукцией	Система управления несоответствующей продукцией		
15	Предупреждающие и Корректирующие действия	Система предупреждающих и корректирующих действий		

Управление процессами осуществляется за счет использования цикла PDCA и руководства по качеству, в котором прописан порядок актуализации целей в области качества по каждому процессу.

Планирование целей регламентируется отдельным документом с описанием сроков и ответственных лиц за их достижение.

СТО «Система управления процессами» включает в себя:

- порядок актуализации процессов (СТО);
- назначение ответственных за процессы;
- входы, выходы процессов;
- общее взаимодействие процессов;
- мониторинг процессов;
- оценку результативности процессов;
- перечень ресурсов;
- перечень СТО обеспечивающих функционирование процессов.

Порядок актуализации процессов: включает в себя внесение изменений в СТО с учетом новых требований внешней среды (требование заказчика, изменение внешних регламентирующих документов, изменение внутренних регламентирующих документов и т.д.). Периодичность актуализации выполняется не реже 1 раз в год.

Назначение ответственных: приказом по Организации, назначается лицо ответственное за процесс.

Входы, выходы процессов: в каждом СТО прописаны входы и выходы. Входы и выходы могут быть информацией, документированной информацией, материальным объектом.

Общее взаимодействие процессов: общее взаимодействие процессов представлено в виде матрицы, которая отражает какая информация, материальные объекты являются входами, выходами для процессов Организации. Это позволяет получить целостную картину взаимодействия процессов Организации. Визуально представлена модель информационных потоков и материальных потоков.

Мониторинг процессов: для достижения целей каждого процесса определен ежемесячный дедлайн. По результатам, которого принимаются решения о корректировке действий в рамках выявления причин не достижения результатов в регламентированный срок.

Перечень ресурсов: представлена матрица, в которой для каждого процесса определен перечень ресурсов для его функционирования.

Регламентация процессов Организации отдельным документом (СТО «Система управления процессами»), позволяет системно контролировать функционирование процессов и взаимосвязи между ними. На основе количественных показателей, по работе каждого процесса, своевременно принимать решения по совершенствованию и улучшению системы управления процессами.

### Список источников

- 1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Система менеджмента качества. Требования. Введ. 2015-02-28. М.: Стандарт информ, перееиздание 2020. 32 с. (Федеральное агенство по техническому регулированию и метрологии).
- 2. Кулагин В.Н. Управление документированной информацией в организации на основе требований ИСО 9001:2015 // НАУКА-МИРУ: сборник статей II Международногонацчно-исследовательского конкурса, 10 фев. 2024 г. Пенза, С. 6–9.
- 3. Кулагин В.Н. Применение системного подхода к формализации процессов управления документированной информацией на основе стандарта ИСО 9001:2015 // Современная нацка: Актуальные вопросы, достижения и иновации: сборник статей XXXV Международногоной научнопрактической конференции, 10 фев. 2024 г. Пенза, С. 13–16.

**УДК 338** 

## ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

## ОСИПОВ ВЛАДИМИР ВАЛЕРЬЕВИЧ

аспирант

НОЧУВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Научный руководитель: Жукова Евгения Евгеньевна

к.э.н, доцент

НОЧУВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

**Аннотация.** В статье проанализированы статистические данные, отражающие динамику показателей современного развития российской кондитерской промышленности. Было отмечено, что на сегодняшний день наблюдаются существенные изменения в потребительском поведении, которые позволяют бизнесу воспользоваться возможностями расширения ассортиментной линейки кондитерских изделий, повышения объёма продаж, однако являются препятствиями для развития конкретных игроков рынка кондитерских изделий. Обозначены мотивы потребительского поведения в современном развитии отечественной кондитерской промышленности: вкус, получение удовольствия и максимального комфорта, поощрение себя, коммуникационные драйверы, натуральный состав кондитерского изделия. В статье были представлены рекомендации повышения продаж для компаний-производителей на основе формирования и развития ассортиментной линейки.

**Ключевые слова:** кондитерская промышленность, кондитерские изделия, объём производства, потребительский спрос, тенденция, современное развитие.

## TRENDS OF MODERN DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC CONFECTIONERY INDUSTRY

**Osipov Vladimir Valerievich** 

Scientific supervisor: Zhukova Evgenia Evgenievna

Abstract. The article analyzes statistical data reflecting the dynamics of indicators of modern development of the Russian confectionery industry. It was noted that today there are significant changes in consumer behavior, which allow businesses to take advantage of opportunities to expand the product line of confectionery products and increase sales, but are obstacles to the development of specific players in the confectionery market. The motives of consumer behavior in the modern development of the domestic confectionery industry are identified: taste, pleasure and maximum comfort, self-encouragement, communication drivers, natural composition of the confectionery product. The article presented recommendations for increasing sales for manufacturing companies based on the formation and development of the product line.

**Key words:** confectionery industry, confectionery products, production volume, consumer demand, trend, modern development.

Отечественный кондитерский рынок выступает наиболее быстрорастущим в секторе FMCG, занимает второе место по относительному объёму вклада в прирост FMCG, так как генерирует 20 % от общего товарооборота. Помимо этого, отмечаются значительные темпы роста (более 110 %) большинства кондитерских изделий [1], [2]. Одновременно с этим в условиях усиления санкционного давления рассматриваемая отрасль в значительной мере изменилась, некоторые зарубежные компании и вендоры вышли с отечественного рынка, что повлияло на конкурентную среду. На сегодняшний день наблюдаются существенные изменения в потребительском поведении, которые позволяют бизнесу воспользоваться возможностями расширения ассортиментной линейки кондитерских изделий, повышения объёма продаж, однако являются препятствиями для развития конкретных игроков рынка кондитерских изделий.

В отечественной кондитерской промышленности по итогам 2022 года в структуре рынка лидером стали шоколадные плитки, что отражено на рис. 1. Данная подотрасль кондитерской промышленности выступает наиболее устойчивой по показателю продаж и рентабельности, несмотря на наблюдающееся сужение отечественного рынка кондитерских изделий в разрезе категорий по причине выхода значимых зарубежных игроков. Так, сужение продуктовой линейки шоколадных плит в отличие от других кондитерских изделий не превысило 5 % (рис. 2). Тем не менее, подотрасль шоколадных плит является перспективной, поскольку отмечается повышение продаж, несмотря на возникшие трудности из-за международных санкций [1].

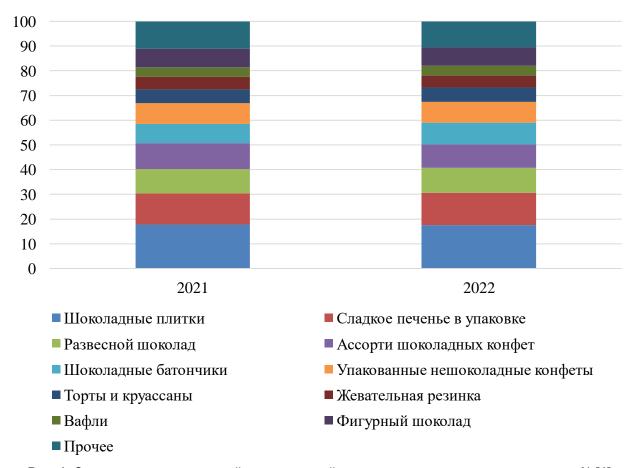


Рис. 1. Структура отечественной кондитерской промышленности по доле выручки, % [1]

После сегмента шоколадных плиток второе место по доле выручки занимает сладкое печенье в упаковке. Однако ассортиментная линейка в 2022 году данного вида кондитерских изделий в существенной мере уменьшилась (на 9 %). Поэтому у компаний-производителей появилась возможность расширить продуктовую линейку кондитерских изделий и, тем самым, увеличить объём продаж.



Рис. 2. Изменение ассортиментной линейки в отечественной кондитерской промышленности (2022 год), % [1]

Потребительское поведение на отечественном рынке кондитерских изделий определяется мотивами, которые соответствуют глобальным тенденциям современного развития кондитерской промышленности:

- 1. «Исцеляющий гедонизм» покупатель получает от покупки кондитерского изделия максимальный комфорт;
- 2. «Забота о себе» стремление целевой аудитории жить лучше, поэтому потребительский выбор кондитерских изделий осознанный, покупатели обращают внимание на состав кондитерского изделия;
- 3. «Забота о планете» сокращение отрицательного воздействия на окружающую среду, покупатель выбирает местные торговые бренды, обращает внимание на упаковку (этикетку) кондитерского изделия [3].

Согласно проведенному опросу потребителей в 2022 году драйверами потребительского выбора кондитерских изделий выступали вкус (60 %), получение удовольствия и максимального комфорта (44 %), поощрение себя (39 %), что взаимосвязано с потребительским поведением, «исцеляющим гедонизм».

Вместе с тем 60 % покупателей считали, что именно вкус выступает важнейшим фактором потребительского выбора шоколадных плиток, 29 % покупателей основополагающим фактором покупки посчитали натуральный состав кондитерского изделия, что соответствует мотиву потребительского поведения «забота о себе».

Помимо упомянутых драйверов потребительского выбора, можно выделить коммуникационную составляющую продаж, в особенности, упаковку кондитерского изделия. Несмотря на высокую значимость эмоционально-чувственных проявлений в потребительском выборе, покупатели всё же находят рациональные посылы, которые опираются на информацию о функциональных свойствах кондитерской продукции. Примером рационального посыла покупателя является надпись на упаковке кондитерского изделия «без добавления сахара».

На глобальном рынке кондитерских изделий тенденции современного развития обусловлены потребительским поведением «забота о себе». Аналогично отечественному сегменту на глобальном рынке наиболее всего позиционируются шоколадные плитки, при этом существенный прирост наблюдается у шоколада на растительной основе (71 %), с добавлением пребиотиков (65 %), пробиотиков (36 %),

кондитерской продукции, не содержащей пальмовое масло (59 %), а также без добавления сахара (31 %). На международном рынке возникают кондитерские изделия с добавлением овсяных хлопьев (78 %) и кокосового масла (74 %) [4].

Таким образом, проведенный анализ тенденций современного развития отечественной кондитерской промышленности позволяет выделить рекомендации повышения продаж на основе формирования и развития ассортиментной линейки:

- 1. Часть существующего ассортимента должна быть направлена на удовлетворение потребностей целевой аудитории в рациональном питании путём использования в процессе производства натуральных ингредиентов, уменьшения сахара;
- 2. Применение ягод, тропических фруктов, трав и специй, способствующих формированию новых гастрономических сочетаний для покупателя;
- 3. Основополагающим элементом ассортиментной политики выступает введение различных форм кондитерских изделий, что способствует расширению потребительского выбора;
- 4. Нужно применять локальные и сезонные ингредиенты при производстве кондитерских изделий;
- 5. Наличие экологических трендов в процессе производства, упаковки и доставки кондитерских изделий;
  - 6. Персонализация кондитерской продукции.

## Список источников

- 1. Тренды индустрии: кондитерские изделия: [Электронный ресурс] // Nielsen Consumer LLC. URL: https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2023/trendy-industrii-konditerskie-izdeliya/ (дата обращения: 24.02.2024).
- 2. Чурина Р.М. Потребительские тренды на рынке кондитерских изделий // Хлебопродукты. 2022. № 4. С. 48-54.
- 3. Иванова Д.С. От экономики к гедономике: гедонизм в потребительском поведении // Гуманитарные научные исследования. 2020. № 12. [Электронный ресурс]. URL: https://human.snauka.ru/2020/12/36364 (дата обращения: 24.02.2024).
- 4. Big impact of little confectionary treats: [Электронный ресурс] // Innova Market Insights. URL: https://www.innovamarketinsights.com/trends/big-impact-of-little-confectionery-treats/ (дата обращения: 24.02.2024).

© В.В. Осипов, 2024

**УДК 338** 

## АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ НА ПРИМЕРЕ ЛИФТОВОЙ ОТРАСЛИ

## МИРОШНИКОВ АРТЕМИЙ МИХАЙЛОВИЧ

аспирант

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

**Аннотация:** статья посвящена одному из направлений повышения производительности труда в управлении проектами: автоматизации бизнес-процессов. Некоторые решения по автоматизации, приведенные в статье, нашли практическое применение в российском филиале одной из крупнейших лифтовых компаний. Компания занимается продажей и обслуживанием импортного лифтового и эскалаторного оборудования, а также разработкой, производством и сопровождением лифтов собственной, российской, модельной линейки. При этом предлагаемые приемы повышения производительности труда сотрудников являются универсальными и могут быть применены на любом предприятии.

**Ключевые слова:** автоматизация, управление проектами, бизнес-процессы, производительность труда, Microsoft Excel.

## AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES IN PROJECT MANAGEMENT USING THE EXAMPLE OF THE ELEVATOR INDUSTRY

### Miroshnikov Artemii Mikhailovich

**Abstract:** The article is devoted to one of the areas of increasing labor productivity in project management: automation of business processes. Some automation solutions presented in the article have found practical application in the Russian branch of one of the largest elevator companies. The company is engaged in the sale and service of imported elevator and escalator equipment, as well as the development, production and support of elevators of its own Russian model line. At the same time, the proposed methods for increasing employee productivity are universal and can be applied at any enterprise.

**Key words:** automation, project management, business processes, labor productivity, Microsoft Excel.

**Актуальность темы:** В сложившихся в настоящее время геополитических условиях многие крупные промышленные предприятия, в том числе лифтовые, прекратили свою деятельность в России. Российских компаний, имеющих собственную производственную или, по крайней мере, инженерную базу и способных заниматься разработкой, полной комплектацией и сопровождением собственного продукта осталось крайне мало — не более 10, остальные специализируются только на монтаже либо сервисе без поставок нового оборудования. Ситуацию усугубляет и тот факт, что требования конечного заказчика к характеристикам лифтового оборудования: безопасности, скорости, комфорту, дизайну, за последние десятилетия существенно возросли, а из небольшого числа оставшихся производителей всем современным тенденциям не удовлетворяет ни один.

На фоне такого положения вещей на российский рынок очень активно приходят все новые китайские производители – как большие и зарекомендовавшие себя, так и кустарные, оборудование которых вызывает у надзорных органов большие вопросы к надежности и безопасности. Партнеры из Азии

предлагают привлекательные цены, сроки поставки и максимальную гибкость производства, неизбежно вытесняя с рынка отечественных поставщиков.

Описанные обстоятельства относятся далеко не только к сфере лифтового оборудования – большинство предприятий в разных отраслях производства товаров и услуг в России оказываются в такой же ситуации и должны в кратчайшие сроки адаптироваться к новой реальности и с минимальными издержками удержать свою долю рынка, либо занять новую нишу.

Итак, российские компании столкнулись с несколькими либо сразу со всеми следующими факторами:

- В распоряжении есть только минимально необходимое количество персонала после сокращения основной части штата;
  - Высокий уровень ажиотажа и низкая вероятность привлечения инвестиций;
  - Больше нельзя продавать зарекомендовавший себя бренд, к которому привык заказчик;
  - Конкуренция с китайскими поставщиками;
  - Отсутствие необходимой технологической базы, либо «ноу-хау»
- Сжатые сроки для позиционирования себя на новом рынке и вывода на рынок нового продукта.

Все вышесказанное определяет актуальность выбранной темы, так как автоматизация бизнеспроцессов становится выходом для все усложняющейся внутренней и внешней среды предприятия. Она позволяет менеджменту компании сконцентрировать свои ресурсы на стратегическом планировании на ключевых направлениях работы компании, не отвлекаясь на рутинные задачи. [2, с. 34]

**Обзор состояния проблемы:** До выработки конкретных шагов по автоматизации необходимо было ознакомится с опытом управления проектами в других компаниях отрасли.

В существующих небольших компаниях, занимающихся производством лифтового оборудования удается реализовать единичное либо мелкосерийное производство. При этом преобладают крайне неэффективные методы, когда каждая единица продукции (произведенный и смонтированный лифт) представляет собой отдельный проект с многочисленными этапами принятия как технических, так и экономических решений, многочисленными этапами доработок продукта как на этапе производства так и на этапе монтажа (то есть уже на строительной площадка на территории заказчика).

Если проследить все этапы проекта в такой компании, то можно выделить следующие трудности:

- 1. Предпродажная стадия: нет понимания, какова будет себестоимость конечного продукта, соответственно, невозможно выдать корректное коммерческое предложение;
- 2. Согласование спецификации и подписание договора с заказчиком: спецификация составляется вручную и либо не учитывает всех требований заказчика, либо не дает исчерпывающую информацию о продукте;
- 3. Заказ оборудования: нет анализа страхового запаса на складе, анализа сроков поставки по каждому из поставщиков, каждый раз подбор и заказ компонентов осуществляется в ручном режиме, что влечет ошибки и увеличивает себестоимость продукта;
- 4. Комплектация оборудования перед отгрузкой: на складе нет системы управления (WMS warehouse management system) нет единой нумерации грузомест и единых стандартных решений в упаковке и маркировке;
- 5. Монтаж оборудования и сдача в эксплуатацию: даже если техническая документация для монтажа и сдачи надзорным органам представлена в полном объеме, она либо выполнялась вручную под проект, либо перенимается из проект в проект и содержит неполную либо некорректную информацию.
- 6. Этап формализации ошибок, анализа их причин, статистики рекламаций, подведения итогов отсутствует.

**Решения по автоматизации:** Во избежание подобных ошибок в управлении проектами необходимо сосредоточится также на управлении, оптимизации и автоматизации процессов. Управление проектами обычно фокусируется на управлении конкретным одноразовым проектом с определенным объемом, сроками и бюджетом. В отличие от этого сосредоточение на управлении текущими бизнес-

процессами, которые могут включать в себя множество проектов и мероприятий. [4, с. 1] В то же время все разработанные проекты при дальнейшем использовании в организации будут относиться уже к унифицированным процессам. [2, с. 150]

В связи с этим было сформулировано основное требование к инструментам автоматизации бизнес-процессов: все внедряемые инструменты должны быть единой системой, то есть данные от каждого этапа проекта должны переходить на обработку на следующем этапе.

Для этого были определены следующие задачи:

- Создать базу всех компонентов лифта, со ценами, сроками поставки, артикульными номерами;
- 2. На основе этой базы создать программный инструмент для расчета стоимости всего лифта в зависимости от выбранной конфигурации, а также для автоматического формирования детальной спецификации как части договора;
- 3. Результатом работы программы для расчета становится перечень компонентов (BOM bill of materials), который передается в инструмент для формирования заказов поставщика;
- 4. Помимо этого все характеристики запущенного в производство лифта автоматически передаются в специальный реестр проектов для дальнейшей статистики и сопровождения смонтированных лифтов;
- 5. На основе получившейся базы данных с характеристиками подготовить автоматически генерируемый технический паспорт продукта;

Вторым этапом высвободившиеся трудовые ресурсы (ч/час) планировалось направить на усиление контроля качества на всех этапах проекта:

- 1. На основе получившейся базы данных с характеристиками разработать программный инструмент автоматической проверки заказных форм для исключения ошибок при заказе сложных дорогостоящих компонентов;
- 2. После инструмента для формирования заказов поставщикам данные должны передаваться в инструмент для автоматической подготовки технических описаний компонентов для таможенной очистки;
- 3. В случае успешного внедрения программных инструментов на первых двух этапах получить финансирование от руководства компании для внедрения системы управления складом:
- 4. Внедрение WMS (системы управления складом) позволит существенно повысить производительность труда складских сотрудников при комплектации лифта, автоматизировать формирование отгрузочных документов, исключить ошибки при комплектовании.

Автоматизация процессов в бизнесе является важным инструментом для повышения эффективности и производительности компании, но также имеет свои риски и недостатки.

- 1. Одним из важных аспектов рисков автоматизации процессов является потеря контроля. Если компания автоматизирует процессы, которые она не понимает полностью или не может контролировать, то это может привести к ошибкам и нежелательным последствиям. Некоторые автоматизированные процессы могут быть неэффективными или даже вредными для компании. Например, если автоматизированный процесс поставки не предусматривает необходимого уровня контроля, это может привести к ошибкам и утечкам данных, которые могут оказаться негативными для бизнеса. [3, с. 2223]
- 2. Все перечисленные программные инструменты можно было заказать у специализированных IT компаний, но в таком случае руководство проекта столкнулось бы с еще большим риском, а именно: при создании/настройке системы автоматизации бизнеса сначала подготовить ПО силами IT-отдела, а затем предложить его людям бизнеса "как есть". [1, с. 37]

Чтобы минимизировать указанные риски было принято решение, что разработка средств автоматизации должна вестись своими силами, непосредственно менеджментом проекта, в Microsoft Excel с применением макросов на языке программирования VBA. Для объективности следует отметить положительные и отрицательные самостоятельной разработки программных инструментов без привлечения IT специалистов.

## Отрицательные стороны:

1. При разработке менеджер проекта вынужден совмещать обязанности и заниматься программными продуктами в свободное от ежедневных проектных задач время;

2. Программы написанные непрофессиональным программистом могут содержать ошибки, быть недостаточно хорошо оптимизированными;

## Положительные стороны:

- 1. Оптимизация процессов не требует дополнительных инвестиций;
- 2. От идеи до внедрения автоматизации проходит значительно меньше времени: время, которое тратилось бы на написание ТЗ, обсуждение особенностей заказа, было задействовано сразу на разработку инструмента;
- 3. Внутри компании остается полный контроль над при применяемыми инструментами автоматизации: что-то исправить, доработать, улучшить можно в любое время снова без дополнительный затрат времени на написание ТЗ и без дополнительных издержек.

Оценка результатов: Внедренные программные продукты, как и планировалось, затронули работу не только отдел управления продуктом, но также работу менеджеров по продажам, специалистов по складской логистике, менеджера по закупкам, менеджера по логистике, инженера по технической документации — всех вовлеченных в работу над продуктом. Придерживаясь выбранной темы работы, не будем оценивать влияние на качество продукта и исключение человеческого фактора, а рассмотрим только повышение производительности труда в расчете на 1 лифт (единицу продукта) по каждому из подразделений компании. Также отметим, что в качестве результатов будут рассмотрены только эффекты от внедрения самостоятельно разработанных программных продуктов, без учета внедрения WMS, то есть только мероприятия повышения эффективности процессов, внедренные внутри компании без привлечения сторонних организаций и каких-либо инвестиций.

**Отдел продаж** получил возможность конфигурировать любой лифт с автоматической проверкой допустимости применения той или иной опции (невозможно предложить потенциальному заказчику продукт с заведомо несочетающимися характеристиками) и сразу получать корректную себестоимость продукта (для дальнейшего расчета цены) и полную спецификацию для договора. Ранее для подготовки коммерческого предложения менеджер по продажам должен был обратиться в отдел управления продуктом и ждать, когда менеджеры по продукту подберут компоненты для требуемого лифта и уточнят их стоимость, в таких условиях уходило до 6 ч/час, после внедрения инструмента расчета стоимости (п.2) все время на подготовку КП стало занимать не более 0,3 ч/час.

## Отдел управления продуктом:

- 1. Для запуска лифта в производство ранее требовалось рассчитать, подобрать и проверить все компоненты, после внедрения инструмента расчета стоимости, который формирует перечень компонентов (ВОМ) (п.2-3) это происходит автоматически, необходима только формальная проверка нескольких позиций в случае нестандартного решения в проекте. На подбор и проверку компонентов уходило до 8 ч/час, а с инструментом автоматической подготовки ВОМ не более 0,5 ч/час.
- 2. При проверке и подтверждении спецификаций поставщиков сложных дорогостоящих компонентов от поставщиков необходимо было сверять каждую цифру и характеристику, на что могло уходить до 3 ч/час на лифт, после внедрения инструментов автоматический проверки (п.7) 0,25 ч/час
- 3. На этапе монтажа и эксплуатации оборудования могут возникать вопросы, рекламации, замечания, чаще всего для их обработки необходим анализ аналогичных проектов. Ранее поиск аналогичного оборудования в предыдущих проектах мог занимать до 4 ч/час, после внедрения реестра проектов (п.4) 0,08 ч/час

**Менеджер по закупкам** при подготовке производства стал получать структурированный по поставщикам перечень товаров для проектной закупки, а также отдельный перечень складских позиций при необходимости их пополнения. Ранее на сортировку товаров по поставщикам, выделение из них складских позиций и формирование заданий на комплектацию для отдельных поставщиков у менеджера по закупкам уходило до 8 ч/час, после внедрения инструмента для формирования заказов (п.3) на это стало уходить не более 1 ч/час.

**Менеджер по логистике** должен готовить технические описания со всеми характеристиками дверей и двигателей (лебедок) для их таможенной очистки, ранее на эту работу уходило до 3 ч/час, после внедрения инструмента автоматической подготовки технических описаний (п.7) — 0,25 ч/час.

**Инженер по технической документации** при подготовке технического паспорта лифта собирает всю информацию по проекту, а также все характеристики отдельных компонентов. Ранее на подготовку паспорта уходило до 6 ч/час, после внедрения автоматически генерируемого паспорта (п.5) — 0,5ч/час.

Сведем все оценки повышения производительности по отделам в единую таблицу (табл.1).

Таблица 1 Изменение времени на выполнение отдельных задач при производстве единицы продукта

Подразделение компании	Задача	Было (ч/час)	Стало (ч/час)
Отдел продаж	Выдача КП	6	0,3
Отдел управления продуктом	Запуск в производство	8	0,5
	Проверка спецификаций	3	0,25
	Обработка рекламаций	4	0,08
Отдел закупок	Задания на комплектацию	8	1
Отдел логистики	Описания для таможни	3	0,25
Отдел документации	Подготовка паспорта	6	0,5
Итого по компании:		38	2,88

**Заключение:** Устойчивый экономический рост в перспективе возможен только при условии повышения производительности труда. Ключевыми факторами в этой деятельности являются бизнеспроцессы, организационные структура и культура.

Автор статьи предложил способ повышения производительности труда, заключающийся в автоматизации и стандартизации операций (факторы «бизнес процесс» и «культура»), который был реализован на примере крупной лифтовой компании. Сама по себе идея автоматизации бизнес-процессов не нова, и понимание о необходимости автоматизации есть у менеджмента большинства компаний, однако за реализацию берутся далеко не все, в основном из-за опасения дополнительных издержек либо нежелания менять сложившийся привычный порядок в компании. Именно поэтому главной особенностью предлагаемых в работе воздействий автор считает их универсальность для любой компании в любой сфере деятельности, а также возможность их внедрения без привлечения сторонних организаций и дополнительных инвестиций.

## Список источников

- 1. Автоматизация бизнес-процессов основы [Электронный ресурс] https://www.comindware.com/ru/blog-complete-basics-of-workflow-automation/, (дата обращения 11.12.2021г.).
- 2. Бадеева Е. А., Володин В. М., Мурашкина Т. И. Процессный и проектный подходы при планировании в рамках квалитативного менеджмента // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. №1 (29). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnyy-i-proektnyy-podhody-priplanirovanii-v-ramkah-kvalitativnogo-menedzhmenta (дата обращения: 24.02.2024).
- 3. Назарова А. Д., Сулимин В. В. Автоматизация процессов в бизнесе: преимущества и риски // Столыпинский вестник. 2023. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-protsessov-v-biznese-preimuschestva-i-riski (дата обращения: 12.02.2024).
- 4. Плотников А. В., Плотникова А. А., Зотов А. В. Сравнение управления проектами и бизнеспроцессами // Проблемы Науки. 2023. №1 (179). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sravnenie-upravleniya-proektami-i-biznes-protsessami (дата обращения: 13.02.2024).
- 5. Прокина Е. Ю. Автоматизация бизнес-процессов / Е. Ю. Прокина // Контентус. 2022. № 6. С. 34 42. (дата обращения: 12.02.2024).

© А.М. Мирошников, 2024

## МАРКЕТИНГ

УДК 659.126

## АСПЕКТЫ СТРАТЕГИИ БРЕНД-МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

## ПАЛЬЧИКОВА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА

старший преподаватель ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

**Аннотация:** статья освещает современные направления и значимость стратегии бренд-маркетинга. Внимание уделяется продвижению брендов и управление ими в условиях цифровой экономики. Для эффективного продвижения бренда на российском рынке предлагается использовать следующие аспекты: цифровую стратегию, которая определит основные цели и пути их достижения с использованием цифровых технологий, аналитические инструменты для сбора и анализа данных о клиентах, их предпочтениях и поведении на рынке, создание персонализированных предложений и коммуникации с клиентами, активное участие в социальных медиа-платформах, чтобы установить и поддерживать контакт с клиентами, внедрять новые цифровые технологии и инновационные подходы для улучшения маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: бренд, бренд-маркетинг, цифровая экономика, маркетинговая стратегия.

### ASPECTS OF BRAND MARKETING STRATEGY IN THE DIGITAL ECONOMY

## Palchikova Natalia Sergeevna

**Abstract:** The article highlights the current trends and the importance of brand marketing strategy. Attention is paid to brand promotion and management in the digital economy. To effectively promote the brand in the Russian market, it is proposed to use the following aspects: a digital strategy that will determine the main goals and ways to achieve them using digital technologies, analytical tools for collecting and analyzing data about customers, their preferences and behavior in the market, creating personalized offers and communicating with customers, active participation in social media platforms to establish and maintain contact with customers, introduce new digital technologies and innovative approaches to improve marketing strategies.

**Key words:** brand, brand marketing, digital economy, marketing strategy.

В условиях цифровой экономики стратегия бренд-маркетинга стала еще более значимой и важной, от которой зависит успешное продвижение и создание сильного бренда. Особенно актуальной она становится в контексте цифровой экономики, где взаимодействие с потребителями происходит пре-имущественно через онлайн-платформы и цифровые каналы связи.

Анализ научной литературы [6, с 145; 8, с.133-138] позволил определить основные цели стратегии бренд-маркетинга, заключающиеся в создании уникального и узнаваемого образа бренда, который будет отличаться от конкурентов и вызывать доверие у потребителей, а также выявить главные этапы стратегии бренд-маркетинга в цифровой экономике:

анализ рынка и целевой аудитории. В условиях цифровой экономики, это стало еще более доступным благодаря различным инструментам и платформам для сбора и анализа данных о потребителях. На основании этого анализа, компания может сформулировать стратегию, которая будет наиболее эффективно взаимодействовать с конкретной аудиторией;

разработка сильного онлайн-присутствия. Компании должны создавать качественные и интерес-

ные контенты для социальных сетей, сайтов, форумов и других онлайн-платформ. Важно не только представить свою продукцию, но и создать целостную и узнаваемую атмосферу вокруг бренда;

интерактивные рекламные ролики, виртуальная реальность, чат-боты – все это является технологическими инновациями, которые можно использовать для усиления воздействия на аудиторию и создания более глубокой связи с клиентами;

создание системы мониторинга и анализа эффективности стратегии бренд-маркетинга. В условиях цифровой экономики можно отслеживать и анализировать данные о реакции клиентов на различные маркетинговые активности. Это поможет компании оптимизировать свою стратегию и достичь желаемых результатов.

Теоретико-методические аспекты стратегии бренд-маркетинга в условиях цифровой экономики являются предметом исследования ученых, в частности И. Ансоффа [1], Л.Г. Голубкова [2], Н.Н. Давидчук [3], В.С. Ефремова [4], Ф. Котлера [5] М. Портера [6]. С целью улучшения конкурентоспособности и стабилизации спроса на товары или услуги, торговому предприятию требуется принимать ряд маркетинговых решений, связанных в основном с товарной, ценовой, распределительно-сбытовой и коммуникативной политикой.

Особое внимание уделяется вопросам стратегии товарной политики, включая условия приобретения товаров и методы их продвижения. Благодаря современным информационным технологиям предприятие может существенно увеличить эффективность использования своих ресурсов и повысить свою конкурентоспособность [7, с.19-28].

Таблица 1

Аспекты продвижения бренда на рынке

Аспекты продвижения оренда на рынке			
Аспекты продвижения бренда	Описание аспекта		
Цифровая стратегия	Предприятие должно разработать и внедрить цифровую стратегию,		
	которая определит основные цели и пути их достижения с использованием		
	цифровых технологий. Это может включать разработку и продвижение		
	онлайн-продуктов и услуг, внедрение электронной коммерции и использова-		
	ние социальных медиа-платформ для привлечения и удержания клиентов.		
Анализ данных	Предприятие должно активно использовать аналитические инструменты для		
	сбора и анализа данных о клиентах, их предпочтениях и поведении на рын-		
	ке. Это поможет определить эффективность маркетинговых кампаний и при-		
	нять соответствующие решения для улучшения результатов.		
Персонализация и таргетинг	Цифровая трансформация предоставляет возможности для создания		
	персонализированных предложений и коммуникации с клиентами. Предпри-		
	ятие должно использовать данные о клиентах, чтобы предложить индивиду-		
	альные рекомендации, акции и скидки, что поможет повысить конверсию и		
	удовлетворенность клиентов.		
Социальные медиа	Предприятие должно активно участвовать в социальных медиа-платформах,		
	чтобы установить и поддерживать контакт с клиентами. Это включает		
	взаимодействие и обратную связь с клиентами, решение их проблем и		
	предоставление актуальной информации о бренде и продуктах.		
Улучшение опыта клиента	Предприятие должно сосредоточиться на создании наилучшего опыта для		
	клиентов, что включает быструю и эффективную обработку заказов, удоб-		
	ную навигацию по веб-сайту или приложению, персонализированные пред-		
	ложения и простой способ связи с поддержкой.		
Инновации	Предприятие должно постоянно внедрять новые цифровые технологии и		
	инновационные подходы для улучшения маркетинговых стратегий. Это мо-		
	жет включать использование искусственного интеллекта, автоматизации и		
	других современных технологий, чтобы повысить эффективность и		
	конкурентоспособность предприятия.		

Существует бесчисленное количество вариантов, по которым можно развивать и продвигать бренд, воплощая в жизнь долгосрочные цели компании. Одни включают освоение новых рынков, вносят изменения в ценовую политику и осуществляют поиск новых способов использования этого бренда. Другие предлагают альтернативные стратегии для продвижения бренда. Продвижение брендов и управление ими в условиях цифровой экономики имеет свои особенности и возможности. Проведенные в работе исследования позволили составить модель поведения предприятия на рынке с целью продвижения бренда с использованием маркетинговых стратегий в условиях цифровой трансформации (рис. 1), а также выявить аспекты, которые она должна включать (табл. 1).

При исследовании особенностей зарубежного и отечественного опыта брендинга можно выделить два основных подхода: западный и восточный. Западный подход предполагает свободное позиционирование товаров и товарных линий, независимость от других марок, при этом подчеркивается роль и влияние производителя компании.

Эта концепция, впервые появилась на западе в начале XX века и стала одним из главных теоретических фундаментов брендинга. Разработка и продвижение брендов для западного рынка требует значительных временных и финансовых ресурсов, а также является долгосрочной стратегией успеха.

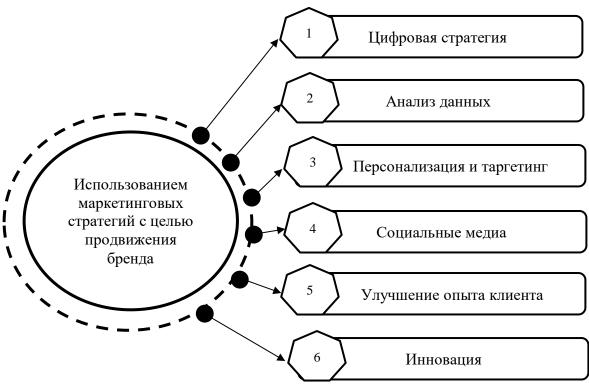


Рис. 1. Модель поведения предприятия на рынке с целью продвижения бренда

На западе наблюдается высокая степень лояльности покупателей к брендам. Торговые марки умело мотивируют своих клиентов приобретать продукцию, часто не давая им особо задумываться. Миллионы преданных поклонников следуют за ними, даже если цены на их товары значительно выше среднего.

На востоке ведение бизнеса сопряжено с особыми подходами в работе с брендами, особенно придается большое внимание продвижению корпоративной марки.

Анализируя опыт нашей страны, можно заключить, что в настоящее время в России происходит активное внедрение брендинговых технологий, основанных на международном опыте. В значительной степени российские производители адаптируют западную модель управления брендами, при этом также заимствуя некоторые характерные черты восточного подхода.

Российская система брендинга обладает своими особыми характеристиками, рассмотрим наиболее значимые из них:

- 1. Глубокая историческая составляющая. Россия это страна с богатым и разнообразным культурным наследием, и эта историческая составляющая играет важную роль в формировании брендов. Многие успешные российские бренды умело используют свою историю и традиции для привлечения потребителей.
- 2. Национальная гордость. Бренды, которые акцентируют своё происхождение из России, часто используют национальные символы и ценности в своих кампаниях. Это помогает создать эмоциональную связь с потребителями и вызывает у них чувство гордости за свою страну.
- 3. Уникальность в массовом рынке. Россия это огромный рынок с высокой конкуренцией, что требует от брендов постоянного стремления к уникальности. Многие российские бренды особенно активно работают над созданием уникальных продуктов, дизайна и маркетинговых стратегий.
- 4. Влияние государства. Государственная поддержка и интерес к развитию российских брендов оказывает значительное влияние на их развитие. Национальные программы и инициативы способствуют продвижению и защите российских брендов как на внутреннем, так и на международном уровне.

Таким образом, в условиях цифровой экономики стратегия бренд-маркетинга требует системного анализа рынка и целевой аудитории, разработки сильного онлайн-присутствия, использования новых технологий и постоянного мониторинга результатов. Только качественная и эффективная стратегия бренд-маркетинга позволит компании выделиться среди конкурентов и достичь успеха в цифровой экономике.

Таким образом, продвижение и управление брендами в условиях цифровой экономики требует широкого спектра навыков и знаний. Однако, правильно использованные цифровые инструменты и стратегии могут значительно увеличить эффективность работы бренда и его восприятия потребителями.

### Список источников

- 1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансоф // Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 519 с.
- 2. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебник. 2-е изд., перераб и доп. М.: Финпресс, 2003. 536 с.
- 3. Давидчук, Н.Н. Научно-методический подход оценки влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда / Н.Н. Давидчук, А.В. Шершнева, Н.С. Пальчикова // Первый экономический журнал. 2023. № 10(340). С. 67-74. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary\_54766670\_69442574.pdf (дата обращения: 10.09.2023).
- 4. Ефремов, В. С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. М.: Финпресс. 2001. 240 с.
- 5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер 3-е изд. М.: Альпина Паблишер. 2011. 211 с.
- 6. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ пер. с англ. И. Миневрина. М.: Альпина Паблишер, 2011 454 с.
- 7. Рожков, И.В. Маркетинговые информационные системы предприятий сферы услуг / И.В. Рожков // Директор по маркетингу и сбыту. 2010. № 11. С. 19-28.
- 8. Чернатони де Л. От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления брендов / Л. де Чернатони; [перевод с англ. агентство переводов "Сван"]. М.: ООО "Группа ИДТ", 2015. 254 с.

**УДК 33** 

## КОММУНИКАЦИЯ И КОНТЕНТ КАК ОСНОВА ПРОДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

## БЕЛЯКИНА МАРИЯ ОЛЕГОВНА

магистрант

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

**Аннотация:** статья посвящена описанию наиболее эффективных инструментов и способов продвижения компании в сфере оказания косметологических услуг. Автор приходит к выводу, что для успешного развития бренда в индустрии красоты особое внимание необходимо уделять развитию личного бренда косметолога, который способен повысить уровень доверия и лояльности аудитории. Основное содержание исследования составляет анализ актуальных направлений продвижения, в том числе за счет активного ведения аккаунтов в социальных сетях, разработки официального сайта и регулярности информационной рассылки.

**Ключевые слова:** коммуникация, контент, личный бренд, продвижение, вовлеченность, лояльность аудитории, социальные сети, индустрия красоты.

## COMMUNICATION AND CONTENT AS THE BASIS FOR PROMOTION IN THE FIELD OF COSMETOLOGY SERVICES

## Belyakina Mariia Olegovna

**Abstract:** The article is devoted to describing the most effective tools and ways to promote a company in the field of providing cosmetology services. The author comes to the conclusion that for the successful development of a brand in the beauty industry, special attention must be paid to the development of a cosmetologist's personal brand, which can increase the level of trust and loyalty of the audience. The main content of the study is an analysis of current areas of promotion, including through active management of accounts on social networks, development of an official website and regularity of newsletters.

**Key words:** communication, content, personal brand, promotion, involvement, audience loyalty, social networks, beauty industry.

Любая коммуникационная стратегия неразрывно связана с изучением участников взаимодействия. В случае если целью компании является продвижение своего бренда на рынке косметологических услуг и установления тесного контакта с аудиторией, важно определить TOV (tone of voice – «голос бренда») и паттерны поведения потребителя в определенных ситуациях, подробно описать портреты целевой аудитории. Это позволит выбрать оптимальный вид контента и эффективный канал коммуникации.

Среди основных коммуникационных инструментов в сфере предоставления бьюти-услуг традиционно выделяют рекламу в средствах массовой информации, с помощью лидеров общественного мнения и блогеров, связи с общественностью, event-маркетинг (участие в тематических мероприятиях). Маркетологи выделяют следующие основные виды контента:

- информационный закрывает потребность аудитории в сведениях по той или иной теме, здесь важна точность и достоверность, не призван активно стимулировать продажи;
- развлекательный разбавляет информационное поле и удерживает внимание аудитории за счет «легкого» контента, создает эмоциональную связь с потребителем на общности интересов;
- вовлекающий имеет общие черты с развлекательным, но при этом основным отличием является непосредственный контакт с аудиторией для выявления ее потребностей, триггеров, желаний и ценностей, может косвенно стимулировать продажи;
- пользовательский строится на отзывах и рекомендациях потребителей, обладает наибольшим уровнем доверия, так как основан на реальных и показательных историях клиентов;
- продающий цель рекламного сообщения продажа, обязательно должен содержать призыв к действию.

Соблюдение баланса между видами контента – один из факторов роста компании. Частые агрессивные продажи разрушают лояльность. Поэтому доля продающего контента не должна превышать 20–30% от общего числа размещаемых материалов.

Главным каналом коммуникации между компанией и потребителем остаются социальные сети. Они позволяют в режиме онлайн показывать процесс работы, как выполняются те или иные косметологические процедуры, а также в режиме реального времени демонстрировать результат.

Значимость визуального контента, например, обзоров косметики, инструкций, рекомендаций после или до проведения процедур, процесса выполнения процедур, невозможно недооценивать.

Такой контент раскрывает личный бренд косметологов, их ценности, а также содержит образовательную часть, с помощью которой специалист подтверждаете свою экспертность, завоевывает доверие аудитории и одновременно отвечает на волнующие вопросы потенциальных клиентов.

Например, выпуск гайда по типам кожи и подходящим процедурам принесет пользу потребителю, решит его проблемы по выбору косметических средств.

На рынке b2c (business-to-consumer – бизнес для потребителя) особенно важно зарекомендовать себя как профессионала в своем деле. Аудитории не просто любопытно, но и важно видеть специалиста, которым они доверят свою красоту. Если вы, как специалист, удовлетворяете интерес и потребности аудитории, то создание эмоциональной связи, которая так необходима для развития на рынке происходит автоматически.

Важный фактор на пути создания эмоциональной связи с аудиторией – качество контента, способное завладеть вниманием. Поэтому креатив, особенно визуальная часть, должен быть ярким, запоминающимся, раскрывать ценности бренда и доносить до потребителя нужную информацию на понятном языке. Двусмысленность, обобщение, монотонность и размещение стоковых изображений быстро наскучат и отодвинут совершение покупки на второй план. Вниманием важно не просто завладеть, но и удерживать его.

Специалисты в области маркетинга считают, что качественный контент приводит к продажам в 60 % случаев.

Видео контент – прекрасная возможность установить связь с аудиторией, повысить узнаваемость бренда и привлечь потенциальных клиентов. Около 88% пользователей совершили покупку благодаря просмотру видео от определенного бренда [4]. Большинство маркетологов ведущих компаний активно инвестируют в развитие этого направления, так как уверены, что эти вложения окупят себя.

Исследования показали, что люди могут вспомнить 65% визуального контента спустя 3 дня после просмотра. В то время как текст только 10 %.

Стоит заметить, что больше просмотров набирают видео с подписями – примерно на 40%, аудитория досматривает видеоролики до конца на 80% чаще если есть текст [7].

В последнее время популярным направлением становится создание доступного контента, то есть того, который смогут воспринимать люди с ограниченными возможностями. Ведь услуги косметолога могут быть одинаково интересны разным сегментам аудитории. Использование таких механик как субтитры, аудио описание к текстам поста/статьи помогут увеличить охват аудитории, создать конкурентное преимущество и продемонстрировать ценность каждого потенциального клиента.

Таким образом компания повысит уровень вовлеченности аудитории и подтолкнет потребителей к распространению информации о бренде, как о внимательном производителе услуг. А это в свою очередь запускает пользовательский контент, который быстрее других видов контента привлекает уже положительно настроенную аудиторию, с определенным уровнем доверия.

Что касается типов контента, то для сферы оказания косметологических услуг существует ряд особенностей. Данная сфера деятельности относится к оказанию медицинских услуг. Это значит, что контент обязательно содержать важную информацию: предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации; информация о наличии лицензии и аккредитации медицинского учреждения, аппаратов для процедур; виды услуг с указанием их стоимости; контактные данные.

Продвижение медицинских услуг требует неукоснительного соблюдения норм действующего законодательства. Так, федеральный закон «О рекламе» регулирует рекламную деятельность медицинских учреждений и реализацию медицинских препаратов. Эти требования распространяются для всех каналов коммуникации и обязательны для учета при составлении контент-стратегии.

В последние годы увеличивается роль оптимизации и развития сайта компании или лендинга, так как зачастую потенциальные клиенты прибегают к поиску нужной информации в интернете. Разработав понятную и привлекательную посадочную страницу в глобальной сети, компания может увеличить охват аудитории, трафик и, соответственно, продажи.

Регулярные и персональные рассылки клиентам, содержащие информацию об акциях, новинках процедур или препаратов, советы или эксклюзивные предложения, поддерживают связь с аудиторией и продвигают новые продукты среди уже лояльной аудитории.

Постпродажные рассылки способствуют повторным визитам в клинику. Потребители ценят внимание и заботу, проявленные в их сторону. Например, поздравление с днем рождения. Кроме того, у многих товаров и услуг в бьюти-сфере короткий жизненный цикл. Поэтому целесообразно отправлять клиенту предложение записаться на следующую процедуру сразу после сеанса.

В заключении стоить отметить, что коммуникационная стратегия требует регулярного анализа результатов рекламных кампаний и доработки с учетом полученных выводов спустя некоторое время (2-4 недели). Рынок косметологических услуг активно развивается. В настоящее время тренды вместе с интересами аудитории быстро меняются, поэтому стратегия продвижения и контент-план должен быть гибкими, актуальными, чтобы сохранять ценность для потребителей.

### Список источников

- 1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден; пер. с англ. И. Антипкина. М.: Манн, Иванов, Фербер, 2021. 304 с.
  - 2. Баховец Н. Бьюти-бизнес. Старт, рост, масштаб / Н. Баховец. СПб.: Питер, 2022. 192 с.
- 3. Даффи К. Клиент всегда доволен. Как управлять ожиданиями, опытом и памятью клиентов / К. Даффи; пер. с англ. Е. Заботкин. М.: Бомбора, 2021. 368 с.
- 4. Зейналова Е. Тренды контента 2023: ключевая статистика [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://contenteam.ru/blog/marketing-content-trends-2023-stats/ (21.01.2024).
- 5. Ковалева С. Экспертный контент в маркетинге. Как приносить пользу клиенту, завоевывать его доверие / С. Ковалева. М.: Эксмо-Пресс, 2022. 256 с.
- 6. Контент-маркетинг 2023 года: новые стратегии и статистика для повышения вовлеченности и ROI [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://smart-estet.ru/articles/tendencii-kontent-marketinga-2023-goda-informaciya-o-noveyshih-strategiyah-i-statistike-dlya-povysheniya-vovlechennosti-i-rentabelnosti-investiciy (17.01.2024).
- 7. Ракуса М. Статистические данные по визуальному контент-маркетингу, которые потрясут ваш разум [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://dzen.ru/a/ZJe0l3dBkGhcG6gW (19.01.2024).

## МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 339.9

## ВЛИЯНИЕ УХОДА ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

## ФЕДОРОВ ВЛАДИСЛАВ ВЛАДИМИРОВИЧ

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

**Аннотация.** Данная статья рассматривает влияние ухода иностранных компаний на экономику России. В статье рассматриваются как положительные, так и отрицательные стороны данного явления. Обсуждаются возможные последствия для российской экономики массового ухода иностранных компаний, такие как потеря рабочих мест, утрата инвестиций, а также возможные перспективы для развития отечественных компаний. Также обсуждаются возможные стратегии для минимизации отрицательных последствий ухода иностранных компаний и создания новых возможностей для развития российской экономики.

**Ключевые слова:** санкции, финансовая политика, Россия, Центральный банк, заморозка активов, конкуренция.

## THE IMPACT ON THE RUSSIAN ECONOMY OF THE DEPARTURE OF FOREIGN COMPANIES

## Fedorov Vladislav Vladimirovich

Scientific adviser: Shevchenko Oksana Ivanovna

**Abstract.** The article provides a description of current technological developments and innovations that are used in the transport sector. It is noted that transport is one of the key sectors of the modern economy. It is constantly evolving to meet the needs of the population. The problems faced by the latest technological developments in the transport sector are addressed. Transportation vehicles are becoming more autonomous and environmentally friendly, and tracking the location of goods is also developing. Price ranges are compared depending on the specific year. The largest IT suppliers for transport companies are highlighted.

**Key words:** sanctions, financial policy, Russia, Central Bank, asset freeze, competition.

В основном под санкциями понимают запреты, которые одна страна накладывает на другую страну, конкретных людей или компании. В 2022 году более 500 иностранных компаний решили приостановить деятельность или вовсе уйти из России – около 5000 торговых марок и проектов стали недоступны. Некоторые из них затем вернулись на рынок, но в течение 2023 и 2024 годов с российского рынка также исчезли некоторые бренды.

В последние годы обсуждение влияния ухода иностранных компаний на экономику России привлекло широкий интерес и исследовательское внимание.

Уход иностранных компаний приводит к значительной потере иностранных инвестиций в экономику России. Это отражается на различных отраслях, начиная с производственного сектора и заканчивая сферой услуг. Например, уход инвестиций в инфраструктуру, технологические сектора или образо-

вание снижает скорость экономического роста и инноваций в стране. Тем не менее, правительство реагирует на данную проблему и привлекает отечественных инвесторов для обеспечения развития информационных технологий и инноваций.

Введенные беспрецедентные западные санкции, заморозка активов Центрального банка РФ, в связи с проведением Россией СВО на Украине ограничивают возможности влиять на обменные курсы. Под санкции попали не только государственные накопления и имущество, но и частный капитал. Западные страны ввели ограничения в отношении российских банков и компаний. В санкционных списках можно найти ВТБ, Сбербанк, «Газпром», «Аэрофлот» и множество других организаций. Многие государства заморозили активы российских политиков и бизнесменов. Ограничения коснулись не только сбережений, но и имущества граждан. От ухода зарубежных партнеров с рынка несли потери как сами компании, так и некоторые отрасли российского бизнеса. Уход иностранных технологических гигантов, таких как Oracle, Microsoft, EPAM System Inc., Cisco и других, оставил более половины отраслевых компаний без технической поддержки, а для четверти компаний критически выросла стоимость лицензий и услуг. Замещение компаний в высокотехнологичной отрасли стало ключевым вопросом после ухода зарубежных компаний с рынка. С одной стороны, это стимулировало развитие внутренних технологий и переход российского бизнеса на самостоятельные разработки: более 70% ритейлеров и банков начали мобилизовать собственные ресурсы для создания и внедрения новых ІТ-решений. С другой стороны. встал вопрос наличия квалифицированных кадров, способных работать с передовыми технологиями, а также запчастей, необходимых для обслуживания существующего оборудования. Уход с рынка западных компаний еще сильнее укрепил наметившийся процесс концентрации отечественного бизнеса и ускорил развитие передовых технологий. На сегодняшний день не все отрасли, в прошлом наиболее зависимые от иностранных компаний, смогли полностью восстановиться и прийти к прежним показателям. Все еще остро стоит вопрос технологий, квалификации, оборудования и запчастей. Правительство активно участвует в разработке дорожных карт по восстановлению секторов экономики, а частный бизнес работает над внедрением новых, отечественных технологий.

Заметим, что вместо долларов и евро Центральный банк будет покупать и продавать китайские юани согласно проекту бюджета Министерства финансов на 2024-2025 год. Кросс-курс юаня к доллару отличается низкой волатильностью, поэтому через него эти операции будут влиять на обменный курс доллара к рублю и ограничивать колебания последнего. Целевым уровнем больше не является цена на нефть, а уровень нефтегазовых доходов. В 2024-2025 годах Министерство финансов планирует получать от нефти и газа 8 трлн рублей ежегодно.

Можно отметить, что тенденция к уходу иностранного бизнеса из России постепенно сходит на нет. Безусловно, это связано с тем, что те, кто твердо намеревался уйти из нашей страны, уже сделали это. Однако есть и другие факторы: уходят лишь мелкие компании, причем значительно менее охотно, чем прежде. К тому же их успешно замещают компании из «дружественных» стран.

Свой вклад в увеличение количества зарегистрированных компаний внесли Белоруссия (32%), Киргизия (9%), Казахстан (6%), Турция (3%) и Индия (2%). А вот с капиталом из недружественных стран в 2023 году было зарегистрировано только 3% компаний, когда в 2021 году их доля составляла 14%.

Самой привлекательной отраслевой сферой для нерезидентов была торговля. Доля компаний выбирающих оптовую торговлю, увеличилась за два года с 25 до 31%, розничную — с 8 до 15%. Следующей по привлекательности сферой является строительство, доля которого составляет 11%. Удвоили свою долю на рынке и компании, занимающиеся торговлей автотранспортными средствами (6%). Это стало следствием дефицита предложений автомобилей на российском рынке.

Тренд на уход иностранного бизнеса сломлен. После начала CBO уходили преимущественно западные компании из недружественных стран. А сейчас в страну пошли иностранные инвесторы, но уже с других направлений: Китай и другие рынки Средней и Юго-Восточной Азии, Африка, страны Ближнего Востока, Латинской Америки. Этому способствует развитие международных отношений со странами в этих регионах и работа международных организаций, таких как БРИКС, в которой Россия является председателем в этом году.

Сейчас началась активная фаза замещения в России компаний недружественных стран бизнесом из лояльных нам государств. Скорей всего, этот тренд будет только возрастать.

Можно выделить следующие позитивные и негативные последствия ухода иностранных компаний с рынка России (см. Таблицу 1):

Таблица 1

<b>«+»</b>	«-»		
Возможность для отечественных компаний	Потеря инвестиций и рабочих мест, связанных с		
увеличивать свою долю на рынке.	иностранными компаниями.		
Снижение зависимости от иностранных	Снижение уровня технологической разработки и		
компаний.	инноваций, связанных с иностранными		
	компаниями.		
Повышение конкурентоспособности	Уменьшение разнообразия товаров и услуг на		
отечественных производителей.	рынке.		
Возможность для государства развивать	Потеря доступа к международным рынкам и		
отечественные компании и индустрии.	технологиям, которые могли бы предоставить		
	иностранные компании.		
Увеличение потока инвестиций в отечественные			
компании, что может способствовать их развитию			
и росту.			

На самом деле многие западные компании грозились уйти с рынка России, но многие это решение так и не ввели в действие. Российское правительство вовремя оказало содействие бизнесу, который был направлен на импортозамещение определенных товаров. Большинство компаний ушедших с Российского рынка продали свои сети из-за миллиардных убытков, такие как OBI, Prisma, IKEA и многие другие. Многие фирмы всего лишь взяли паузу и следят за ситуацией, а при первой же возможности вернутся обратно на Российские рынки.

Уход иностранных компаний повысил степень концентрации на рынке, что означает укрупнение участников рынка. Доля участников рынка розничной торговли одеждой укрупнилась на 13%, так как с российского рынка ушли такие большие игроки, как Adidas, H&M, Marks & Spencer, Moncler, Levi Strauss, Victoria's Secret, которым принадлежало около 15% подотрасли. Крупными игроками по итогу 2021 г. были H&M (выручка – 71,6 млрд руб.) и Adidas (выручка – 55,6 млрд руб.) с долями рынка 6,9% и 5,4% соответственно. Однако лидером отрасли был «Спортмастер» с долей в 12,5%, аналитики полагают, что этот показатель мог увеличиться после ухода из РФ части зарубежных конкурентов [1].

Уровень концентрации в сфере розничной торговли моторным топливом вырос на 40%. В мае 2022 года компания «Лукойл» стала новым собственником сети A3C Shell. По состоянию на конец 2021 года «Лукойлу» принадлежала почти треть (32,4%) рынка, впоследствии на увеличение рыночной доли повлияла сделка по покупке активов Shell, отмечают эксперты. На отрасль также повлияла покупка активов сети A3C, принадлежащих канадской корпорации Alimentation Couche-Tard, «Татнефтью» и локальным менеджментом.

В телефонной связи конкурентность выросла на 7% до уровня умеренного индекса. Это связано с прекращением деятельности Nokia. По итогам 2021 г. компания занимала второе место в подотрасли по величине годовой выручки – 23 млрд руб. (доля рынка – 13,7%), уступая лишь дочерней структуре «Мегафона» и владельцу Yota – «Скартел» (выручка – 36,8 млрд руб., доля рынка – 21,9%). Однако аналитики отмечают, что в дальнейшем инфраструктуру Nokia в России будут поддерживать несколько отдельных россйиских компаний компаний. Тройку крупнейших игроков замкнул петербургский филиал Tele2 – «Теле2-Санкт- Петербург».

Таким образом, уход иностранных компаний из экономики России имеет как положительные, так и отрицательные аспекты. С одной стороны, это может способствовать развитию отечественных компаний и уменьшению зависимости от иностранных инвестиций. Однако, с другой стороны, уход ино-

biznese-uhod-inostrannih-kompanij?ysclid=lrp3xypcze169186854

странных компаний может привести к потере инвестиций и ухудшению конкурентоспособности на рынке. Поэтому важно анализировать и балансировать эти моменты, чтобы минимизировать отрицательные последствия и максимизировать потенциальные преимущества для экономики России.

## Список источников

1.	Как уход иностранных б	рендов изменил	і бизнес-ланді	µафт в России [Электронный ресурс]	ļ
Режим		Д	оступа	UF	RL:
https://adir	ndex.ru/news/researches/2	023/05/18/31273	6.phtml?ysclid=	=lrp3ji8ga9354893314	
2.	Список компаний, брен,	дов и банков, у	шедших из Ро	оссии в 2022-2024 годах [Электронн	ЫЙ
pecypc].	– Режим	доступа	URL:	https://www.b-kontur.ru/enquiry/2509	54-
spisok_kor	mpanij_brendov_i_bankov_	_ushedshix_iz_ro	ssii?ysclid=lrp1	d2lqnw672255398	
ં ર	Мпелиа, как одразицса i	на <u>Кизнесе ухо</u> п	NUOCTNAUULIY	компаний [Эпектронный ресурс] — [	ے

жим доступа URL: https://spark.ru/startup/redaktsiya-spark-ru/blog/118776/mneniya-kak-otrazilsya-na-

УДК 339.9

# ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ РОССИИ И КАЗАХСТАНА ПО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

KUM F [

магистрант

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва

**Аннотация.** Россия и Казахстан обладают потенциальными взаимовыгодными планами в рамках развития межгосударственных взаимодействий в сфере энергетики. Деятельность энергетической сферы оказывает существенное влияние на все отрасли национальной экономики и влияет на социально-экономическое развития социальных систем. В целях обеспечения экономической безопасности межгосударственное энергетическое сотрудничество России и Казахстана берет начало с 1992 года и развивается по настоящее время. В статье даны результаты исследования приоритетных направлений по сотрудничеству России и Казахстана по торговле электроэнергией, строительству энергетических систем, развитию альтернативных источников энергии. Приведены результаты анализа прогнозных статистических показателей.

**Ключевые слова:** межгосударственное взаимодействие, электроэнергия, тепловая электростанция, гидроэлектростанция, атомная электростанция, альтернативная энергетика.

## PROMISING AREAS OF INTERSTATE COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND KAZAKHSTAN IN THE ELECTRIC POWER INDUSTRY

Kim E. G.

**Abstract.** Russia and Kazakhstan have potential mutually beneficial plans for the development of interstate cooperation in the energy sector. The activity of the energy sector has a significant impact on all sectors of the national economy and affects the socio-economic development of the social system. In order to ensure economic security, interstate energy cooperation between Russia and Kazakhstan dates back to 1992 and has been developing to the present. In order to ensure economic security, interstate energy cooperation between Russia and Kazakhstan began in 1992 and is still developing. The results of the analysis of forecast statistical indicators are presented.

**Key words:** interstate cooperation, electric power, thermal power plant, hydroelectric power plant, nuclear power plant, alternative energy.

Межгосударственные взаимодействия России и Казахстана основываются на формализации взаимоотношений сторон и условиях осуществления самих взаимодействий, которые актуализируются в меморандумах, соглашениях, договорах, контрактах.

В настоящее время одним из основных документов между Россией и Казахстаном по покупке и продаже электроэнергии является «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Пра-

вительством Республики Казахстан о мерах по обеспечению параллельной работы единых энергетических систем Российской Федерации и Республики Казахстан от 9 ноября 2023 года (временно применяется с 25 ноября 2023 года)» [1]. Согласно данного Соглашения разработаны меры для обеспечения согласованных работ единых энергетических систем двух государств. Дополнительно к Соглашению предусматривается подписание ежегодных согласований относительно регулирования тарифов на торговлю электроэнергией соответствующими представительствами от имени государств, так как само Соглашение действует на неопределенный период. Также в согласованиях должны учитываться фактические объемы отклонений перетоков электроэнергии от контрактных. Основными операторами от российской стороны выступают АО «Интер РАО ЕЭС» (Интер РАО), от казахстанской стороны - АО «Казахстанская компания по управлению электрическими сетями» (КЕGOC).

По итогам 2022–2023 годах в Казахстане наблюдается дефицит электроэнергии. Согласно прогнозу, к 2030 году в стране потребность будет увеличиваться до 28,2 ГВт (таблица 2). Этот объем Казахстан не сможет самостоятельно произвести даже с учетом предстоящего ввода новых мощностей, вместе с которыми суммарная мощность всех электростанций может достигнуть уровня 22 ГВт. Казахстану приходится покупать российскую электроэнергию, которая имеет разные тарифы в зависимости от времени суток. Страна в пиковые периоды суток импортирует российскую электроэнергию примерно по 26 тенге за 1 кВт-ч, но, при этом неиспользуемую часть электроэнергии экспортирует в соседний Кыргызстан по цене в 2 раза ниже (по 13,86 тенге за 1 кВт-ч), чем импортирует из России [2] (таблица 1).

Таблица 1
Положение Казахстана по обеспеченности электроэнергией
(по состоянию на 2023 год)

-U-U I UA)	
2023 год	2030 год
нергии	
2,2	-
26	-
1,1	-
13,86	-
азахстане	
112,8	-
115	-
Казахстане	
-	28,2
-	22
-	6,2
	•
	2023 год нергии 2,2 26 1,1 13,86 азахстане 112,8

Министерство энергетики Республики Казахстан до 2035 года планирует рост дополнительных генерирующих мощностей, увеличив объемы внутреннего обеспечения собственной электроэнергией до 26 ГВт. В списке планируемых для ввода объектов три теплоэлектростанции на территории Казахстана будут строить российский подрядчики.

В ноябре 2023 года Президентами России и Казахстана подписан «Меморандум о взаимопонимании о сотрудничестве» по проектам строительства тепловых электростанций (ТЭЦ). В декабре 2023 года в Санкт-Петербурге между Россией и Казахстаном подписано Соглашение о строительстве трех ТЭЦ в городах Кокшетау, Семей и Усть-Каменогорск (таблица 2).

Со стороны Казахстана оператором выступит АО «Самрук-Энерго», со стороны России - подрядчик компания ООО «ИНТЕР РАО - экспорт». Инвестиции на реализацию проектов строительства ТЭЦ в Казахстане будут выделены российскими банками по привлекательной ставке процента за пользование кредитом сроком на 15 лет (часть процента по банковской ставке кредита обязуется субсидировать Российское Правительство). Ориентировочная сметная стоимость всех трех ТЭЦ составляет 2,7 млрд. долларов США.

Таблица 3

## ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ

Таблица 2 Основные направления Соглашения о строительстве ТЭЦ между Россией и Казахстаном

	Электрическая	Тепловая мощность,	Инвестиции,	Срок ввода,
Город	мощность, МВт	гкал/час	млрд. тенге	год
Кокшетау	240	472	347 (767млн.\$)	2027
Семей	360	472	420 (928 млн.\$)	2027
Усть-Каменогорск	360	1007	490 (свыше 1млрд.\$)	2030
Примечание – составлен автором по источнику [3]				

Кроме строительства ТЭЦ на территории Казахстана, Россия также планирует строительство 3-го и 4-го энергоблоков для Экибастузской ГРЭС-1. Соглашение между Россией и Казахстаном также подписано 26 декабря 2023 года в Санкт-Петербурге. Российская сторона берет реализацию основной части проекта: подготовку проектно-сметной документации, привлечение инвестиций, строительство, поставку оборудования. Подрядчиком с российской стороны выступает ООО «Фирма ОРГРЭС», с казахстанской стороны - АО «Самрук-Энерго». Реализация данного проекта будет способствовать сокращению дефицита электроэнергии в Казахстане на 1 тыс. МВт. Предварительная стоимость строительства пока на стадии определения [3].

Другое направление по развитию межгосударственных взаимодействий в сфере энергетики между Россией и Казахстаном – расширение альтернативной энергетики. В интервью газете «Казахстанская правда» в ноябре 2023 года Президент России В. Путин актуализировал развитие сотрудничества между Россией и Казахстаном в сфере «зелёной» энергетики [4]. Планируется «модернизировать энергетическую инфраструктуру, более широко внедрять альтернативные и возобновляемые источники энергии». К 2060 году Россия и Казахстан должны добиться выхода на «нулевые парниковые газы» путем реализации общих направлений по декарбонизации и энергоэффективности.

Президент Казахстана К.Токаев на форуме межрегионального сотрудничества между Россией и Казахстаном в 2021 году отмечал о работе российской компании с общим объемом «проектов по производству солнечной генерации» до 240 мегаватт. В стране по развитию возобновляемой энергетики: «к 2030 году Казахстан намерен увеличить долю возобновляемых источников энергии в энергобалансе страны с текущих 3% до 15%» [5]. В таблице 3 даны показатели работы альтернативной энергетики в Казахстане по состоянию на 2023 год.

Альтернативная энергетика в Казахстане

Альтернативная эпертетик	a B Nasaktiant	
Виды ВИЭ	Произведенная	Показатель роста, в
	энергия	2023 г. к 2022 г.,
Всего по Казахстану:		
- общий объем произведенной электроэнергии, млрд. кВт-ч,	6,7	30,6%
в том числе:		
- ветровые электростанции, млрд. кВт-ч	3,8	58,6%
- солнечные электростанции, млрд. кВт-ч	1,9	5,2%
- малые ГЭС, млн. кВт-ч	993,9	6,4%
- биоэлектростанции, млн. кВт-ч	2,7	36,9
Примечание – составлен автором по источнику [3]		

Вопрос энергодефицита в Казахстане частично может быть решена в случае строительства атомной электростанции (АЭС) мощностью 2,4 ГВт при использовании мощности с коэффициентом до 90%. Относительно альтернативных источников энергии, которые зависимы от природно-климатических перемен, атомная энергетика не зависит от времени года и его сезонности. АЭС – это более стабильный источник производства электроэнергии.

Строительство АЭС не территории Казахстана на сегодня - один из приоритетных направлений межгосударственных взаимодействий России и Казахстана в сфере энергетики. Президент России В. Путин отмечает готовность Госкорпорации «Росатом» по содействии в разработке проекта и строительстве АЭС с применением новейших конкурентоспособных технологий и решениями вопросов по обеспечению «норм безопасности и экологических нормативов» [6].

В настоящее время в Казахстане обсуждается строительство первой АЭС в четырехблочном формате. Если речь идет о блоках по 1,2 ГВт, то совокупная мощность станции составит 4,8 ГВт. «Росатом» предлагает Казахстану построить АЭС на реакторах «ВВЭР-1200» и «ВВЭР-1000». Стоимость первого этапа такого проекта предварительно оценивается в 11 млрд. долларов США. Одним из вариантов строительства АЭС в Казахстане планируется реализовать по концессии [7]. Россия уже имеет опыт строительства АЭС в Турции (станция «Аккую»), которая полностью инвестирована российской стороной, также «Росатом» владеет 100 % долей и самостоятельно эксплуатирует турецкую атомную электростанцию. Потенциальными инвесторами и поставщиками атомных технологий пока рассматриваются четыре компании: CNNC (КНР, реактор «НРR-1000»), «Росатом» (РФ, реакторы «ВВЭР-1200», «ВВЭР-1000»), КНNР (Южная Корея, реактор АРR-1400), EDF (Франция, реактор «EPR1200»).

В любом случае, решение по строительству атомной электростанции в Казахстане будет принято на всенародном референдуме.

Сотрудничество между Россией и Казахстаном в сфере мирного атома - направление для дальнейшего социально-экономического развития страны. Взаимодействия между двумя государствами по развитию атомной энергетики являются потенциалом к повышению энергообеспеченности Казахстана.

### Список источников

- 1. Расширяя границы: годовой отчет 2022 / HK «AO «КазМунайГаз» // URL: https://www.kmg.kz/rus/. 12. 08.2023.
- 2. В пик импортируем из России: что делается в Казахстане для восполнения энергодефицита? // URL: https://dzen.ru/a/ZcMie4VVTQFSIsUp
- 3. Казахстан Россия. Соглашения в сфере энергетики Казахстан Россия. Соглашения в сфере энергетики (samruk-energy.kz) // URL: https://www.samruk-energy.kz/ru/press-center/11-novosti/1504-kazakhstan-rossiya-soglasheniya-v-sfere-energetiki
- 4. Каспийско-трансперсидская магистраль: прогнозируемые параметры сегментов МТК «Север-Юг» до 2030 года // URL: https://caspian.institute/product/karavaev-aleksandr/kaspijsko-transpersidskaya-magistral-prognoziruemye-parametry-segmentov-mtk-sever-yug-do-2030-goda-38420.shtml?ysclid=lsr71ybth4584932534
- 5. Президент Казахстана Токаев К. Казахстан и Россия имеют колоссальный потенциал для развития возобновляемой энергетики // URL: https://www.inform.kz/ru/kazahstan-i-rossiya-imeyut-kolossal-nyy-potencial-dlya-razvitiya-vozobnovlyaemoy-energetiki-kasym-zhomart-tokaev\_a3843074?ysclid=lsr55rkhqi714863447
- 6. Президент России Путин В. Наше стратегическое партнерство устремлено в будущее, проверено временем и развивается по восходящей // URL: kazpravda.kz>n/prezident-rossii-nashe-...
- 7. Первая АЭС в Казахстане может быть построена по концессии // URL: https://kz.kursiv.media/2023-10-16/zhnb-ppnuranium/

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.487

# ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНЫХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ДЛЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

#### ИЛЬИН РОМАН ВАДИМОВИЧ

аспирант

ФГАОУ ВО «Пермский государственный научно-исследовательский университет»

#### Научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич

д. э. н., доцент, профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории, ФГАОУ ВО «Пермский государственный научно-исследовательский университет»

**Аннотация:** в данной статье рассматривается функционал информационно-аналитических систем, позволяющих повысить эффективность рынка туристских услуг. Автоматизация процессов бронирования, учета посетителей и управления персоналом позволяет существенно сократить временные и финансовые затраты на эти процессы. Рассматривается соответствующее программное обеспечение для автоматизации соответствующих задач.

**Ключевые слова:** информационно-аналитические системы, туризм, рынок туристских услуг, автоматизация, программное обеспечение.

# APPLICATION OF SOFTWARE SOLUTIONS IN THE FIELD OF INFORMATION AND ANALYTICAL SYSTEMS FOR THE TOURIST SERVICES MARKET

**Ilin Roman Vadimovich** 

Scientific adviser: Oborin Matvey Sergeevich

**Abstract**: This article discusses the functionality of information and analytical systems that make it possible to increase the efficiency of the tourism services market. Automation of booking processes, visitor registration and personnel management can significantly reduce the time and financial costs of these processes. Appropriate software for automating relevant tasks is considered.

**Key words:** information and analytical systems, tourism, tourism services market, automation, software.

С активным развитием программных составляющих IT и увеличением количества туристов во всем мире рынок туристских услуг (РТУ) сталкивается с необходимостью эффективного управления информацией и аналитическими данными. В результате все чаще используются специализированные информационно-аналитические системы (ИАС) для эффективного управления всеми аспектами деятельности своих предприятий и повышения уровня сервиса, предоставляемого туристам.

Внедренная на предприятии информационная система позволяющая проводить анализ и управлять текущими операциями позволит раскрыть весь имеющийся территориальный потенциал туристи-

ческой деятельности, с возможностью оперативного реагирования на внутренние и внешние изменения, составления прогнозов по развитию и регулированию деятельностью, а также эффективного использования имеющихся ресурсов [7, 11, 12].

В рамках данной статьи, основополагающей целью является обзор ИАС на рынке туристских услуг с определением его оптимальной функциональной структуры и применения соответствующих готовых программных решений в данной области.

Среди перечня основных задач ИАС, можно выделить:

- определение факторов и причин, влияющих на развитие туристической территории;
- моделирование деятельности организации на основе выявленных факторов, и последующий анализ полученных результатов;
- поддержка процесса принятия решения для руководящего состава и предоставление прогнозных отчетов.

На рынке представлены различные программные продукты как для автоматизации деятельности туроператоров (ИС «Лидер-Тур», «МАG.Travel», «Само-турагент», «Мастер-Агент», «Оверия-Туризм» и др.), так и большие федеральные порталы с аналитикой РТУ.

Первые обеспечивают ведение делопроизводства турагентств, в том числе, формирование туристического пакета (рис.1), расчет его стоимости, бронирование и продажи, которые помогают отслеживать доступность размещения, управлять ценами и акциями, и обрабатывать бронирования от туристов, учет посетителей, которые помогают отслеживать количество посетителей в различных зонах комплекса, анализ популярность различных услуг, и оптимизировать их распределение [8]. Также включают модули управления отзывами и обратной связью, которые помогают отслеживать мнения и предложения туристов, анализировать их и использовать для улучшения качества обслуживания.

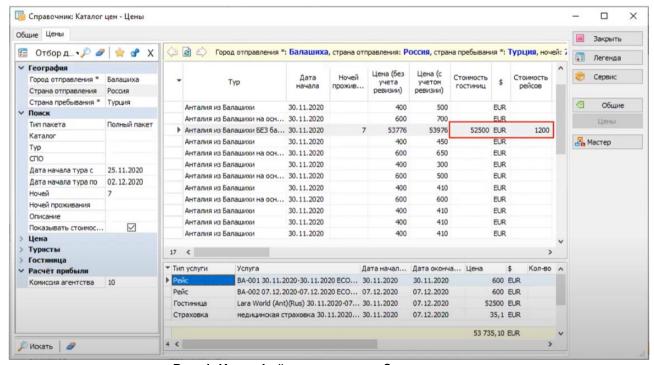


Рис. 1. Интерфейс программы «Само-турагент»

Вторые представляют собой аналитические порталы, типа Единый Федеральный реестр объектов и сервисов РТУ, подсистемы АИС «Туризм» «Национальный туристический портал» и другие [1,3].

За последние 20 лет в динамике развития ИАС изменялось как их названия, так и их содержание от ИС руководителя и систем поддержки принятия решений (СППР), до нынешних (рис. 2) систем бизнес-аналитики (ВІ-системы) [2, 5].



Рис. 2. Развитие программного обеспечения в аналитической сфере

Также в развитии находились типовые задачи, которые решает ИАС в сфере РТУ, а именно проведение мониторинга, сбора, хранения и анализа данных, моделирование и прогнозирование деятельности РТУ [13].

На (рис. 3) представлена структура ИАС с включенными типовыми задами.

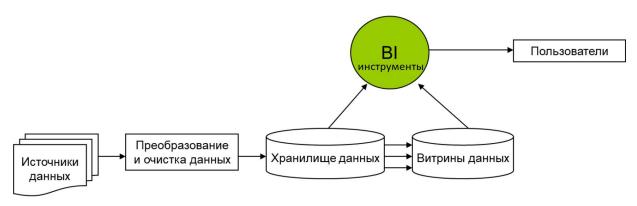


Рис. 3. Структура ИАС

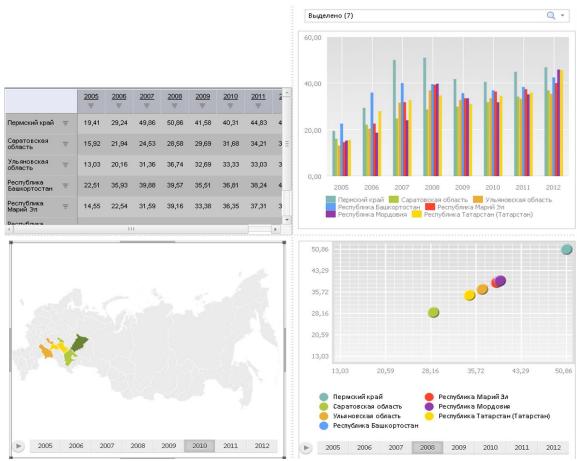


Рис. 4. Пример интерфейса BI-системы на платформе Форсайт

В рамках настоящего исследования может быть использован функционал Российских ВІплатформ. Структура ИАС для РТУ (рис.3), основным подходом к которой является создание такой системы, которая объединит различные инструменты для проведения мониторинга, планирования, моделирования, средств оперативного анализа данных основанных на технологии OLAP, а также современных технологий хранилищ данных [4, 6, 10].

Большинство ВІ-систем включают следующие функциональные элементы, рассмотренные на примере платформы Форсайт (рис. 4):

- 1. Инструменты аналитической обработки и визуализации данных:
- аналитические панели и отчеты;
- инструмент анализа временных рядов;
- инструмент моделирования и прогнозирования;
- стратегические карты показателей;
- 2. Средства разработки и интеграционные компоненты:
- средства обработки и анализа данных;
- средства формирования хранилищ данных;
- среду разработки приложений;
- средства представления отчетов, графиков и нормативно-справочной информации;
- инструменты поддержки источников данных.

В рамках ИАС также должен быть реализован функционал позволяющий проводить измерения качественных и количественных показателей по развитию анализируемой территории. Среди перечня данных показателей можно выделить:

- число культурно-развлекательных программ;
- объем туристического потока;
- количество повторных посещений;
- уровень инфраструктурного развития территории.

Проводимая оценка представленных показателей должна основываться на методике в рамках системного подхода с возможностью их постоянного мониторинга в ИАС. Своевременный мониторинг показателей в развитии туристической дестинации позволит повысить эффективность их оценки как в экономическом, так и социокультурном охвате.

Таким образом, разработка ИАС РТУ позволит лицу, принимающему решения, уменьшить риски экономического и социокультурного характера, повысить эффективность принимаемых решений в контексте управления, оперативно реагировать на изменения внешней среды, а также позволит собирать, хранить, анализировать и использовать различные данные для улучшения качества обслуживания туристов.

#### Список источников

- 1. AИС «Туризм» для национального туристического портала. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_225371/e78ba7951f30109bba7ca19c2b7161339eb5f6a6 / (04.02.2024)
- 2. Афанасьев М.А. Концепция разработки системы поддержки принятия решений для устойчивого развития индустрии туризма в экономике региона // Экономика устойчивого развития региона: инновации, финансовые аспекты, технологические драйверы развития в сфере туризма и гостеприимства. Материалы X Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Том Часть 1. Отв. редактор А.В. Олифиров. Симферополь, 2023, С. 30-33
- 3. Единый Федеральный реестр объектов и сервисов ТРК. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://tourism.gov.ru/reestry/reestr-turoperatorov/ (04.02.2024)

- 4. Ильин И.В. Компоненты ERP-системы для автоматизации складского учета на предприятии малого бизнеса / И.В. Ильин, Г.В. Корытов // Вестник ПГГПУ. Серия: ИКТ в образовании. Вып.15. Пермь: ПГГПУ, 2019. С.146—160.
  - 5. Информационные технологии : учебник / А.А. Хлебников. М.: КНОРУС, 2016. 466 с.
- 6. Косиненко Н.С. Информационные системы и технологии в экономике. М.: Дашков и К: Ай Пи Эр Медиа, 2017. 304 с.
- 7. Оборин, М. С. Цифровые платформы как механизм рыночного взаимодействия продавцов и покупателей товаров и услуг / М. С. Оборин // Sochi Journal of Economy. 2020. Т. 14, № 3. С. 292-301.
- 8. Официальный сайт «САМО-турагент автоматизация турагентства, СRМ для турагентств». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://samo.ru/touragent.html (05.02.2024)
- 9. Официальный сайт BI-платформы Форсайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.fsight.ru/ (04.02.2024)
- 10. Подиновский, В. В. Многокритериальные задачи принятия решений: теория и методы анализа: учебник для вузов / В. В. Подиновский. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 486 с.
- 11. Постановление правительства российской федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439 об утверждении государственной программы российской федерации "Развитие туризма".
- 12. Приказ Ростуризма от 18.02.2016 N 57-Пр-16 "О внесении изменений в Положение о подсистеме АИС "Туризм" "Национальный туристический портал".
- 13. Prognoz Platform. Описание архитектуры и функциональных возможностей. Пермь: Учебный центр Прогноз, 2017. 32 с.

© Р.В. Ильин, 2024

# **ЭКОНОМИКА**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**УДК 339** 

# ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ БАЛАНСА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

#### ДЕДИКОВА АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

**Аннотация:** в статье рассматривается, положение фирм экспортеров России в современных условиях. Внешнеэкономическая деятельность является одним из приоритетов национальной политики и стратегии деятельности предприятий, поэтому ввиду напряженных международных отношений экспортером важно найти пути повышения эффективности деятельности.

Ключевые слова: эффективность, экономика, экспорт, санкции, логистика.

# FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE DUE TO THE BALANCE OF EXPORT-IMPORT OPERATIONS

#### Dedikova Anastasia Yurievna

**Abstract:** the article discusses the position of Russian exporting firms in modern conditions. Foreign economic activity is one of the priorities of the national policy and strategy of enterprises, therefore, in view of the tense international relations, it is important for the exporter to find ways to improve the efficiency of activities. **Key words:** efficiency, economy, export, sanctions, logistics.

Внешняя торговля товарами и услугами остается одним из основных факторов, оказывающих существенное влияние на экономическое развитие страны. Несмотря на то, что чистый экспорт занимает сравнительно небольшую долю в структуре ВВП, этот компонент вносит существенный вклад в динамику валового продукта страны, поэтому эффективная работа компаний осуществляющих внешнеэкономическую деятельность важна для государства.

Начиная с 2022 года внешнеторговая деятельность России подвергается существенному санкционному давлению. Первыми изменения почувствовали импортеры и экспортеры: санкции, отмена поставок, блокировка транспортных узлов, отмена судоходных линий крупных морских линий, заморозка валютных платежей и другие трудности. С такой частотой и объемом изменений предприниматели еще никогда не сталкивались.

Проблемы с валютными переводами в долларах и евро — одна из первых трудностей, с которой год назад столкнулись многие российские участники внешнеэкономической деятельности после масштабного санкционного давления со стороны западных стран. Введение санкций против системообразующих российских банков привело в феврале-марте 2022 года к массовым задержкам и/или отказам в валютных переводах. Весь российский сегмент внешнеэкономической деятельности погрузился в зону турбулентности.

Многие российские предприниматели пытались зарегистрировать компании в дружественных России юрисдикциях. Со временем практика показала, что банки даже в дружественных России странах, опасаясь вторичных санкций, отказываются осуществлять валютные платежи, если руководители

или участники юридического лица являются гражданами Российской Федерации. Для продолжения деловой активности российские участники ВЭД открыли валютные счета в других более мелких кредитных организациях, а также российских дочерних предприятиях западных банков, не попавших под санкции.

При этом остаются проблемы с логистикой, уходом с рынка многих брендов, международными платежами и в целом взаимоотношениями с иностранными покупателями и поставщиками. Даже с теми, кто готов продолжать сотрудничество с российскими компаниями, нужно договориться и постараться, чтобы оплата и доставка прошли без существенных сложностей. Но, если на смену ушедшим морским линиям приходят новые, ушедшие торговые марки открывают перспективы отечественным производителям, то проблема с платежами усугубляется.

Ситуация ухудшилась в декабре 2023 года, когда вступил в силу 12-й пакет санкций ЕС, а президент США Джо Байден подписал указ о вторичных санкциях, в список вошли компании ОАЭ, Узбекистана, Китая, Сербии и Турции, которые способствовали поставкам в Россию товаров, находящихся под ограничением. В середине января турецкие банки начали отказываться работать с российскими, опасаясь вторичных санкций со стороны США, которые приведут к потере доступа к операциям в долларах. В настоящее время расчеты с Турцией осуществляются в национальных валютах и пока только по товарам из «зеленого списка», куда входят продукты питания, фармацевтика и текстиль.

В январе аналогичные проблемы начали возникать с китайскими банками. В частности, государственные банки Китая решили ужесточить условия оказания услуг российским клиентам. Китайский банк Chouzhou Commercial приостановил операций с Россией и Беларусью, вне зависимости от платежной системы. Остановлены транзакции как со SWIFT, так и с национальными системами России и Китая. Официально Пекин не присоединялся к санкциям против России, однако после введения ограничений китайские банки сократили работу с российскими клиентами, находящимися под санкциями. Летом 2023 года российские финансовые организации столкнулись с запретом проводить переводы, в частности в юанях, в Европу и США через Bank of China.

Поэтому смена валюты контракта с доллара на юань не является панацеей, и компаниям экспортерам следует осуществлять импортные операции, чтобы снизить риск отказа банка покупателя в переводе средств и минимизировать потери из-за курсовой разницы. Объединение экспортно-импортных операций обеспечит финансовую устойчивость компании. За рубежом компания может получать доллары за экспорт товаров из России и тратить их на покупку товаров, которые она импортирует в Россию, и получать за их продажу рубли.

Конечно, нужно правильно выбрать нишу для импорта, чтобы товар был здесь востребован и не было препятствий для импорта. В качестве примера можно рассмотреть импорт сладких газированных напитков; наряду с соками они считаются одними из самых популярных напитков среди потребителей.

Рассмотрим динамику потребления сладких газированных напитков на душу населения в России (рис. 1).

Согласно данным представленным выше, потребление сладких газированных напитков на душу населения в России за 2017–2021гг. демонстрировало рост. Пиковые показатели были достигнуты в 2021г. и составили 33,6 л на человека, что на 3,3% выше, чем в 2020г. Среднегодовые темпы роста душевого потребления сладких газированных напитков за указанный период составляли 2,0%. В 2022г. потребление на душу населения сократилось до 32,7 л/чел. [1]. Но он все еще остается на приемлемом уровне, чтобы считать рынок сладких газированных напитков пригодным для внедрения.

В результате ухода с российского рынка компании The Coca-Cola, которая была лидером российского рынка, дефицит попытались восполнить за счет внутреннего производства и параллельного импорта. А по данным НИИ Финансов Минфина, доля контрафакта на рынке безалкогольных напитков составляет 20%. В связи с этим с 1 декабря 2023 года в России введут обязательную маркировку безалкогольных напитков. Участникам оборота придется зарегистрироваться на портале «Честный знак», маркировать товары и сообщать в систему мониторинга нанесенные коды. Это позволит вывести из оборота некачественный товар и даст возможность и позволит торговым сетям сконцентрировать свое внимание на импортерах.

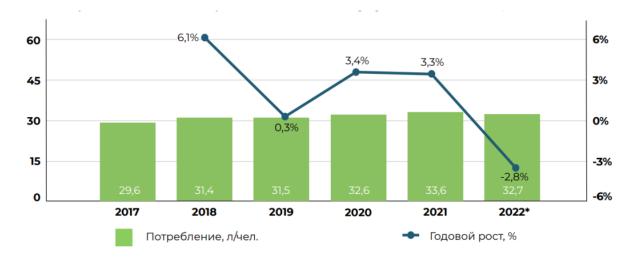


Рис. 1. Потребление сладких газированных напитков на душу населения в России за 2017-2022 гг..

Таким образом, многие российские компании, активно ведущие внешнеэкономическую деятельность, столкнулись с введением международных санкций. Санкционное давление требует от участников внешнеэкономической деятельности поиска путей смягчения негативного воздействия санкций. И таким путем может стать сочетание экспортных и импортных операций в деятельности компании.

#### Список источников

1. АГРОЭКСПОРТ. Аналитический обзор ВЭД: Сладкие газированные напитки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://aemcx.ru/exporter-library/analyticsreview/ (дата обращения: 23.01.2024)

© А.Ю. Дедикова, 2024

**УДК 334** 

# БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

#### БЕЛОУСОВА ИРИНА ВИКТОРОВНА,

старший преподаватель

#### ГРИШАНОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, САВЕЛЬЕВ АНДРЕЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ

студенть

ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет»

**Аннотация:** в России бизнес-инкубаторы, как форма предпринимательской поддержки, стали неотъемлемой частью инфраструктуры для инновационных проектов и предприятий. В данной статье рассматриваются ключевые аспекты роли бизнес-инкубаторов в развитии предпринимательства в России, анализируются их функции, влияние на стартапы и предоставляются статистические данные и примеры успешных реализаций.

Ключевые слова: бизнес-инкубаторы, стартап, предпринимательство, инновация, коммерциализация.

#### BUSINESS INCUBATORS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Belousova Irina Viktorovna, Grishanova Julia Alexandrovna, Saveliev Andrey Valerievich

**Abstract:** In Russia, business incubators, as a form of entrepreneurial support, have become an integral part of the infrastructure for innovative projects and enterprises. This article examines the key aspects of the role of business incubators in the development of entrepreneurship in Russia, analyzes their functions, impact on startups and provides statistical data and examples of successful implementations.

**Key words:** business incubators, startup, entrepreneurship, innovation, commercialization.

Бизнес инкубатор - это структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности молодых компаний на всех этапах развития. Работа инкубатора заключается в том, чтобы бесплатно предоставлять компании-подопечному комплекс услуг и специалистов с целью помочь ей встать на ноги. Такое сопровождение может начинаться от разработки самой бизнес-идеи и заканчиваться коммерциализацией [1].

Впервые подобная организация появилась еще в 1959 году, когда Джозеф Манкусо выкупил фабричный склад в округе Дженеси, в Нью-Йорке. Склад был назван «Индустриальный центр Батавия» и начал помогать местным предприятиям и магазинам. По аналогии со складом Манкусо вскоре стали открываться предприятия по всей стране, а к 1985 году таких насчитывалось более 70 [2].

Роль бизнес-инкубаторов заключается в поддержке и сопровождении молодых предпринимателей на ранних этапах их предпринимательского пути.

Бизнес-инкубаторы выступают в роли провайдера инфраструктуры для стартапов, предоставляя им необходимые ресурсы для эффективного развития. Это включает в себя предоставление офисных помещений, современного оборудования, доступа к высокоскоростному интернету и другим техническим средствам.

Как правило, бизнес-инкубаторы сдают в аренду своим клиентам офисные и производственные помещения. Производственные помещения на каждую фирму составляют площадь примерно 150 кв. м., офисные - 20-30 кв. м. Концепция бизнес-инкубатора не предполагает долговременных или безвременных договоров аренды. Договор обычно заключают на срок не более 3 лет с возможностью продления в некоторых случаях еще на 2 года [3]. Однако сроки пребывания начинающей фирмы в бизнесинкубаторе могут быть меньше.

Подобная инфраструктурная поддержка существенно снижает начальные затраты стартапов и создает благоприятные условия для успешного старта и роста бизнеса.

Важной функцией бизнес-инкубаторов является предоставление стартапам доступа к опытным наставникам, экспертам и консультантам. Эта поддержка охватывает различные аспекты бизнеса, включая стратегическое планирование, маркетинг, финансовое управление и технические вопросы. Экспертные советы и консультации помогают предпринимателям преодолевать трудности, избегать распространенных ошибок и эффективно управлять своими проектами.

Бизнес-инкубаторы активно участвуют в процессе поиска инвестиций для стартапов. Они обеспечивают стартапы доступом к инвестиционным партнерам (бизнес-ангелы, венчурные фонды), организуют мероприятия и презентации, где предприниматели могут представить свои идеи и привлечь финансирование. Эта функция играет ключевую роль в обеспечении финансовой устойчивости и долгосрочного развития стартапов [4].

Одним из преимуществ сотрудничества с бизнес-инкубаторами в поиске финансирования является увеличение шансов на успешное привлечение инвестиций. Поскольку инкубаторы обладают репутацией надежных партнеров, инвесторы часто стремятся работать именно с проектами и стартапами, которые прошли их отбор и активно поддерживаются бизнес-инкубатором.

Бизнес-инкубаторы способствуют созданию сети связей и партнерств между стартапами, инвесторами, экспертами и другими участниками предпринимательского сообщества. Это обеспечивает стартапам доступ к ценным ресурсам, новым возможностям для сотрудничества и обмену опытом, что важно для их успешного развития.

Бизнес-инкубаторы проводят образовательные мероприятия, тренинги и семинары для предпринимателей [5]. Эти программы охватывают широкий спектр тем, включая бизнес-планирование, финансовый менеджмент, маркетинг и продажи, управление персоналом, технические аспекты бизнеса и многое другое. Участники могут пройти обучение как от внешних экспертов и преподавателей, так и от успешных предпринимателей, которые уже прошли путь от идеи до успешного бизнеса. Образовательные инициативы помогают стартапам повышать свою квалификацию, адаптироваться к быстро меняющемуся бизнес-окружению и успешно решать вызовы.

Эти функции создают интегрированную среду, которая содействует формированию успешных и устойчивых предприятий, увеличивает их шансы на рынке и вносит вклад в развитие предпринимательской активности в России.

Таблица 1 Результаты исследования «Развитие бизнес-инкубаторов в России»

Год Показатель Значение 2023 Количество бизнес-инкубаторов в России 1000 Доля предприятий, прошедших программу бизнес-2022 70% инкубатора, которые продолжают успешно работать после окончания программы Средний размер выручки предприятий, прошедших 2021 10 миллионов рублей в год программу бизнес-инкубатора Количество новых рабочих мест, созданных 2020 предприятиями, прошедших программу бизнес-500 тысяч рабочих мест в год инкубатора

Источник: Аналитический центр НАФИ [7].

Исследование Росстата [6] показывает, что стартапы, прошедшие через бизнес-инкубаторы, имеют более высокие показатели выживаемости в первые три года своего существования, чем те, которые не получали такую поддержку.

По результатам исследования «Развитие бизнес-инкубаторов в России» аналитического центра НАФИ (табл.1) определенно можно сделать выводы, что бизнес-инкубаторы выполняют важную роль в развитии предпринимательства, способствуют созданию новых рабочих мест.

Так же следует отметить, что бизнес-инкубаторы способствуют развитию технологических инноваций, поддерживая стартапы в высокотехнологичных сферах и стимулируя внедрение инноваций в экономику. Таким образом, бизнес-инкубатор предназначен для коммерциализации научных разработок от «идеи» до начала производства и первых успешных продаж.

Рассмотрим яркие примеры бизнес-инкубаторов в России [8].

Бизнес-инкубатор «Научный парк МГУ». Один из важных инновационных центров Москвы. Здесь оказывают поддержку бизнесу на начальных этапах развития. Например, предоставляют современные лаборатории и помещения, оснащенные техникой. Также участники могут получить квалифицированную помощь менторов. Им объяснят, как сделать технологию прибыльной, привлечь инвестиции, разработать стратегию проекта, сформировать команду или вывести продукт на рынок. Инкубатор принимает совершенно разные сферы бизнеса — от биоиндустрии до микроэлектроники.

Бизнес-инкубаторо «Сколково» является одним из крупнейших и наиболее успешных бизнесинкубаторов в России. Он был основан в 2010 году. Поддерживает стартапы в области высоких технологий. За время работы бизнес-инкубатора «Сколково» было запущено более 2500 стартапов, которые привлекли более 100 миллиардов рублей инвестиций.

Бизнес-инкубатор «Ингрия» был основан в 2012 году и поддерживает стартапы в Ленинградской области. За время работы бизнес-инкубатора «Ингрия» было запущено более 500 стартапов, которые привлекли более 1 миллиарда рублей инвестиций.

Бизнес-инкубатор «Акселератор» был основан в 2015 году и поддерживает стартапы в Санкт-Петербурге. За время работы бизнес-инкубатора «Акселератор» было запущено более 300 стартапов, которые привлекли более 500 миллионов рублей инвестиций.

Бизнес-инкубаторы в России играют ключевую роль в поддержке и развитии предпринимательства. Статистика и примеры успешных кейсов свидетельствуют о значительном влиянии инкубаторов на создание успешных стартапов и стимулирование инновационных идей, а значит и развитии экономики страны в целом.

#### Список источников

- 1. Калинина Ю.В., Клюева Е.В. Бизнес-инкубаторы как фактор развития малого и среднего предпринимательства в России. // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2022. № 49. С. 144-151.
- 2. Роль бизнес инкубаторов в развитии предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://m-s13.ru/biznes-inkubatory-zacem-oni-nuzny/
  - 3. Гусев А.И. Бизнес-инкубаторы: от идеи до реализации. М.: Изд-во «Юрайт», 2022.
- 4. Быков А.Ю., Муравьева Е.А. Бизнес-инкубаторы как инструмент развития предпринимательства. // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. - 2022. - № 2. - С. 123-132.
  - 5. Андреева А.А. Инкубация бизнеса: теория и практика. М.: Изд-во «Альпина Паблишер», 2022.
- 6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/
- 7. Аналитический центр НАФИ. Исследование «Развитие бизнес-инкубаторов в России». 2023 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://nafi.ru/
- 8. Авдошина Е.В. Бизнес-инкубаторы в России: теория и практика. М.: Изд-во «Дашков и К», 2022.

© И.В. Белоусова, Ю.А. Гришанова, А.В. Савельев, 2024

УДК 339.138:796

# СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

#### КЛЕЙН МАЛИК ИГОРЕВИЧ

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено основное понятие спортивного маркетинга, описаны цели и задачи спортивного маркетинга. Спортивный маркетинг является сферой, в которой пересекаются спорт и бизнес, создавая уникальную платформу для продвижения товаров и услуг. Исследуется роль и значение спортивного маркетинга в современном мире, а также его влияние на спортивную индустрию. Описаны случаи удачного сотрудничества отдельно взятого известного спортсмена и кампании. **Ключевые слова:** спорт, спонсорство, маркетинг, знаменитости, реклама, спортивная компания, спонсоры, аудитория.

#### SPORTS MARKETING

Klein Malik Igorevich

Scientific adviser: Shevchenko Oksana Ivanovna

**Abstract.** This article discusses the basic concept of sports marketing. The goals and objectives of sports marketing are described. Sports marketing is an area where sports and business intersect, creating a unique platform for the promotion of goods and services. The role and importance of sports marketing in the modern world, as well as its impact on the sports industry, are investigated. The cases of successful cooperation between a single famous athlete and a campaign are described.

**Key words:** sports, sponsorship, marketing, celebrities, advertising, sports company, sponsors, audience.

Спортивный маркетинг в широком смысле охватывает все аспекты продвижения и продажи продуктов и услуг, связанных со спортом и не только. Он включает в себя различные стратегии и тактики, направленные на привлечение и удержание клиентов, создание и продвижение бренда, а также установление партнерских отношений с другими компаниями и спортивными организациями.

Спортивный маркетинг может быть очень эффективным средством привлечения клиентов, увеличения продаж и улучшения имиджа компании. Он также может помочь установить долгосрочные отношения с клиентами, повысить лояльность и узнаваемость бренда, а также привлечь новых партнеров и инвесторов.

Цели и задачи спортивного маркетинга могут варьироваться в зависимости от конкретной организации или компании, занимающейся спортивной индустрией. Однако, некоторые общие цели и задачи могут быть следующими:

- 1) Повышение узнаваемости бренда;
- 2) Привлечение новых клиентов и удержание нынешней аудитории;
- 3) Установление партнерских отношений;
- 4) Улучшение имиджа компании;

- 5) Увеличение продаж;
- 6) Формирование лояльности и вовлечение различных групп аудитории, таких как случайные зрители, заядлые фанаты и поклонники;
  - 7) Использование новейших технологий;

Рекламная деятельность в спорте может осуществляться по следующим направлениям:

Спонсорство спортивных команд, клубов или мероприятий: компании могут выступать в качестве спонсоров спортивных команд или клубов, предоставляя финансовую поддержку в обмен на размещение своего логотипа на форме, на аренах, в промо-материалах и т.д. Это позволяет компаниям повысить узнаваемость своего бренда, привлечь новых клиентов и установить позитивную связь между брендом и командой.

**Рекламные контракты с известными спортсменами:** компании могут заключать контракты с известными спортсменами для продвижения своих продуктов или услуг. Спортсмены, которые достигли значительных успехов в своих спортивных дисциплинах, могут быть очень влиятельными в своей целевой аудитории и создать позитивное впечатление о бренде.

**Реклама на спортивных трансляциях:** компании могут покупать рекламное время во время трансляций спортивных событий, чтобы представить свои продукты или услуги широкой аудитории. Реклама может быть показана до, вовремя или после спортивных мероприятий и может включать телевизионные рекламные ролики, спонсорские сообщения и т.д.

**Реклама в спортивных журналах и интернет-ресурсах:** компании могут размещать свои рекламные объявления в спортивных журналах, газетах и ресурсах, посвященных спорту. Это позволяет достичь целевой аудитории, интересующейся спортом, и продвигать свои продукты или услуги.

Это только несколько основных направлений рекламной деятельности в спорте. Рекламные возможности в спорте являются многочисленными и могут быть адаптированы к конкретным стратегиям компании.

Яркой личностью в спортивном маркетинге можно считать Леброна Джеймса. Суперзвезда НБА 2010-х Леброн Джеймс оформил первую сделку с Nike в 2003 г., когда ему было всего 18, — на \$90 млн за семь лет. В 2015 г. сотрудничество вышло на новый уровень — контракт стал «пожизненным» с ежегодными выплатами более \$30 млн плюс роялти (вид лицензионного вознаграждения, периодическая компенсация, как правило, денежная, за использование патентов, авторских прав, франшиз, природных ресурсов и других видов собственности) [1]. Благодаря в том числе доходам от сделки с Nike Леброн к 2022 г. стал миллиардером, по подсчетам Forbes. Леброн Джеймс сотрудничал с «Beats by Dre» и помогал им развивать бренд до того момента, как он был продан «Apple» с огромной прибылью, а его продюсерская компания «SpringHill Entertainment» сейчас наводит шуму в Голливуде. Даже среди этих очень впечатляющих примеров покупка доли в «Ливерпуле» по-прежнему выделяется — не только из-за цифр, но и из-за того, что эта конкретная сделка означает для Леброна в контексте его долгосрочной инвест-стратегии.

Теннисист Роджер Федерер использовал ракетки Wilson с первого дня профессиональной карьеры, а первый контракт подписал в 1997 г. Спустя девять лет соглашение было пересмотрено и получило статус «пожизненного»: за \$350 000 в год Федерер обязался играть только ракетками американского бренда, а после завершения карьеры остаться послом компании.

Американская компания подписала Майкла Джордана в 1984 г. – тогда речь не шла о «пожизненном» соглашении, стороны согласовали сделку на пять лет с ежегодной выплатой в \$500 000. Для относительно молодого бренда эта сумма была запредельной – на рынке кроссовок правили Adidas и Converse. Но в Nike поверили в магию «летающего» Джордана и не прогадали. Через год компания выпустила кроссовки Air Jordan, и их популярность превзошла все прогнозы – \$126 млн (вместо запланированных \$3 млн) за первый год продаж.

Со временем Джордан превратился из топ-баскетболиста в селебрити мирового уровня, и Nike не раз продлевал с ним контракт. На этом партнерстве заработали и компания (выручка Nike за 2022 г. – \$40 млрд, что в 43 раза превышает показатели начала 1980-х, до появления бренда Jordan), и спортсмен. Джордан до сих пор получает 5% с продажи товаров именного бренда, это около \$410 000 в

день. Цифры с обеих сторон настолько впечатляющие, что рекламный контракт стал сюжетом для художественного фильма: режиссерская работа Бена Аффлека выйдет на экраны 5 апреля 2023 г.

Социальные сети играют важную роль в спортивном маркетинге. Они предоставляют спортивным организациям, клубам, спортсменам и брендам спортивной одежды и оборудования возможность привлекать и взаимодействовать с широкой аудиторией спортивных фанатов и потребителей.

Социальные сети позволяют спортивным организациям и клубам привлекать новых болельщиков и потребителей своей продукции и услуг. С помощью них можно публиковать информацию о предстоящих матчах, скидках на билеты, новых продуктах и многое другое, чтобы завлечь пользователей. Социальные сети позволяют спортивным организациям и клубам установить прямую связь с болельщиками. Они могут отвечать на вопросы и комментарии, проводить конкурсы и опросы, чтобы вовлечь аудиторию в интерактивные действия. Позволяют брендам спортивной одежды и оборудования эффективно продвигать свои товары и услуги. Они могут публиковать фотографии и видео с использованием продукции, предлагать эксклюзивные акции и скидки, а также сотрудничать с известными спортсменами, чтобы привлечь внимание потребителей.

Новый подход к креативному маркетингу продемонстрировал баскетбольный клуб «Локомотив-Кубань». Фирменный стиль строится вокруг комиксов. Каждый игрок представлен в виде супергероя с уникальными способностями, подчеркивающими его баскетбольные таланты. Команды-соперники изображены как злодеи, с которыми предстоит справиться героям-игрокам. В новой стилистике выполнены афиши, анонсы, ведутся соцсети, сообщается, что выйдут два классических бумажных комикса в течение сезона.

BMW Lifestyle и производитель велосипедов Specialized выпустили ограниченный тираж электровелосипедов Specialized Turbo Levo – SPECIALIZED for BMW Turbo Levo FSR 6Fattie. В этой серии велосипедов использовалась фирменная краска и цвета BMW. А в BMW 3 серии встроили базу для зарядки велосипедов. 500 велосипедов продаются в магазинах Specialized, 500 – в автосалонах BMW. Шведский райдер Specialized снял отличный ролик на крупнейшем в мире автосалоне IAA во Франкфурте.

В 2018 году российская компания-производитель батончиков Bite — BioFoodLab приятно удивляла своей активностью: они заключили партнерские соглашения с Лондонским марафоном, где для привлечения внимания все участники получили батончики Bite. Bite поддержали Благотворительный Зеленый марафон «Бегущие сердца» — батончики были в стартовых пакетах, беговая команда Bite в брендированных футболках участвовала в забеге, а также ростовая кукла в форме батончика развлекала толпу, в преддверии Московского марафона BioFoodLab выпустила лимитированную коллекцию батончиков Bite, которая досталась только участникам забега

Таким образом, спортивный маркетинг является важной составляющей современной индустрии спорта. Он играет значительную роль в привлечении спонсоров, повышении телевизионных рейтингов, увеличении продаж билетов и мерчандайзинга, а также в создании образа и имиджа спортивных клубов, атлетов и соревнований, в том числе играет важную роль в привлечении внимания к спорту и его занятием.

#### Список источников

- 1. СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ: виды, примеры и стратегии [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://businessyield.com/ru/marketing%0A/спортивный-маркетинг/
- 2. Селебрити в спортивном маркетинге [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://www.sostav.ru/publication/celebrity-marketing-24255.html
- 3. Роялти Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Роялти

**УДК 335** 

# ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ

#### ОДИНЦОВ МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВИЧ

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные понятия бренда и брендинга. Описаны цели и задачи бренд-менеджеров. Анализируются несколько видов брендинга. Исследуются основные принципы брендинга, которые помогут устоять на рынке. Формулируются основные ошибки при создании бренда и дальнейшего его развития

**Ключевые слова:** бренд, реклама, брендинг, лидерство, медийность, продавец, покупатель, потребитель.

#### PRINCIPLES OF BRAND FUNCTIONING IN THE MARKET

#### **Odintsov Mikhail Vasilyevich**

Scientific adviser: Shevchenko Oksana Ivanovna

**Abstract.** This article discusses the basic concepts of brand and branding. The goals and objectives of brand managers are described. Several types of branding are analyzed. The basic principles of branding that will help you stand on the market are being investigated. The main mistakes in the creation of the brand and its further development are formulated

**Key words:** brand, advertising, branding, leadership, media, seller, buyer, consumer.

Бренд – это уникальная комбинация имени, логотипа, слогана, дизайна и других элементов, которые идентифицируют продукт или компанию и отличают их от конкурентов. Бренд также включает в себя восприятие и ассоциации, которые люди имеют с продуктом или компанией. Брендинг – это процесс создания и управления брендом, продвижения ее на рынок и обеспечение престижности. Бренд может быть связан не только с продуктом или компанией, но и с личностью или личным брендом. Важной составляющей брендинга является привлечение внимание потенциальных клиентов, а также выделение чем-то особенным среди конкурентов. Стоит отметить, что существует множество интерпретаций понятия бренд и брендинг, но обычно они сводятся к юридической защите товарного знака, такого как название, логотип и фирменный стиль. Положительному развитию бренда способствует качество товара и его глубокий уровень взаимодействия с клиентами. Брендинг помогает компаниям укреплять позиции на рынке, привлекать новых покупателей, увеличивать продажи. К тому же сильный бренд может стать дополнительным активом компании, который растёт в цене и приносит прибыль. Рассмотрим ситуацию, когда покупатель из двух примерно одинаковых продуктов выбирает тот, рекламу которого он видел, – он выбирает не сам напиток, а бренд, который знает. Американская ассоциация маркетинга считает, что бренд – это название, дизайн, символ или любая другая характеристика, которая отличает

продукты одного продавца от товаров другого.

Главная цель брендинга — создать образ компании, который будет вызывать у потенциальных клиентов положительные эмоции, ассоциации, чувство принадлежности к той или иной группе и, в конце концов, желание купить. Чтобы добиться цели, маркетологи и бренд-менеджеры решают следующие задачи:

Разрабатывают позиционирование бренда — оно нужно, чтобы отстроиться от конкурентов, сэкономить ресурсы компании и продать продукт своей целевой аудитории. В качестве примера хочется обратить внимание на малоизвестную потребителю компанию «Технопарк». А вот зарегистрированную в Германии под брендом «ВОRК», под которым выпускается высококачественная бытовая техника у многих на слуху. Хочется отметить, что российский производитель успешно позиционирует бренд «ВОRК» как немецкую технику.

Создают уникальный образ бренда, который потребители легко запоминают и узнают. Например, кисломолочная продукция «Простоквашино». На его упаковке изображен всем нам известный кот Матроскин. Его охотно выбирают дети, замечая любимого героя мультфильма на обложке.

Демонстрируют покупателям ценность продукции и плюсы её использования. Стремление любого бренда всегда оставаться на слуху и быть самым-самым в своей сфере продаж. Gillette теперь, как известно, лучше для мужчины нет. Скорей всего данная фирма у всех остается по нынешний день на слуху. Чтобы показать плюсы данная компания решила конкурировать с собой, вчера у низ было «два» лезвия, а сегодня уже «три». Больше лезвий, лучше заточка, долгий срок службы. С каждой новой моделью постоянно вводят какое-либо новшество. Есть еще много известных станков, таких как Philips. BIC, Deonica и много других, но лидерство Gillette пока неоспоримо.

**Прорабатывают стратегию продвижения**. Без продвижения не получится сформировать образ бренда и донести его преимущества до целевой аудитории. Например, продукты бренда NIKE в свое время неплохо раскручивали звезды баскетбола такие как Леброн Джеймс и Майкл Джордан.

**Выстраивают взаимодействие между брендом и потребителями.** Бренды, которые ведут социальные сети и общаются с пользователями в комментариях, вызывают больше доверия и интереса к данной компании.

Брендом может стать не только продукт, но и услуга, магазин, компания, человек, город или страна и даже диджитал-платформа. В зависимости от этого различаются виды брендинга:

- Потребительский брендинг это процесс создания и поддержания уникальной имиджевой идентичности товаров или услуг для привлечения и удержания потребителей. Он включает в себя разработку логотипа, дизайна упаковки, слогана, рекламы и других маркетинговых инструментов, которые помогают отличить данный бренд от конкурентов и создать у него положительную ассоциацию у целевой аудитории. Потребительский брендинг также включает в себя стратегическое позиционирование товара или услуги на рынке, выделение его уникальных преимуществ и создание имиджа, который будет привлекать потребителей и стимулировать их покупки.
- Личный брендинг это процесс разработки и продвижения собственного уникального имиджа как личности или профессионала. Личный бренд определяет, как вас видят и воспринимают другие люди, и позволяет выделиться среди конкурентов.
- Территориальный брендинг это стратегия, направленная на создание и продвижение уникального образа и имиджа определенной территории, такой как город, регион или страна. Целью территориального брендинга является привлечение туристов, инвесторов, бизнеса, создание позитивного образа и конкурентных преимуществ для данной территории. При проведении территориального брендинга используются различные маркетинговые инструменты, такие как логотипы, слоганы, рекламные кампании, создание уникальных событий и мероприятий, разработка инфраструктуры и туристических объектов, а также поддержка со стороны местных властей и жителей.

Придерживаясь определенных принципов в брендинге, помогают быстрыми темпами раскрутить бренд.

1. Специализированность. Если вашей целью является создание крепкого бренда в умах потребителей, важно не расширять его область деятельности до бесконечности, а, наоборот, узко сосре-

доточиться. Чем уже и специализированнее ваш бренд, тем сильнее он становится. Чтобы построить устойчивый бренд, важно ограничить его сферу, но при этом предоставлять широкий выбор и отличный сервис в этой сфере.

- 2. **Инновации.** «Не реклама, а бренд создаёт общественное мнение.» Эл и Лора Райс.
- 3. **Позиционирование.** При разработке позиционирования учитывают всю информацию, которую получили на этапе аналитики: сильные стороны продукта, целевую аудиторию, конкурентов, текущую ситуацию на рынке.
- 4. **Ценообразование.** Как бы странно не звучало, но качество товара не является ключем к успеху. Зачастую люди считают, чем выше цена, тем лучше товар. Однако всегда нужно знать ответ на вопрос: почему ваш бренд дорого стоит? Ответом может быть многовековая история, такая как у «GUCCI» или «PRADA». Так же подойдет пример на часах Rolex, которые выглядят более массивными и внушительными благодаря уникальному дизайну браслета, умные ручки MontBlanc более толстые, чем у конкурентов.
- 5. **Ориентация на клиента.** Чтобы кто не продавал всегда нужно ориентироваться на потребителя, потому что данный товар им приобретать. Нужно прикладывать усилия, чтобы понять их потребности и удовлетворять их.
- 6. **Лидерство.** Одной из ключевых принципов и также важной целью является достижения позиции №1. До появления Mercedes-Benz, рынок дорогих автомобилей был пустым. Wolksvagen превратил рынок дешевых автомобилей из убогого в более-менее комфортный. Чтобы занять доминирующую позицию, бренд должен восприниматься как первопроходец, лидер или что-то абсолютно уникальное, активно и широко продвигаясь.
- 7. **Медийность.** Реклама необходима для поддержания здоровья бренда, даже если он уже устоялся. Идеальная стратегия начать с формирования общественного мнения о бренде, а позже для поддержания позиции, запустить рекламную кампанию, которую следует воспринимать как инвестиции, а не как расходы [1].

Брендинг – это длительный процесс, и не всегда получается обойтись без ошибок:

**Целеполагание.** Например, компания – производитель сладостей – решила выпускать автомобили под тем же брендом. Но новый продукт оказался не востребован. Ошибка бренд-менеджера была в том, что он недооценил разницу в восприятии бренда у двух целевых аудиторий. Получилось, что те, кто не ест сладости, но покупает автомобиль, просто не знакомы с «новым старым» брендом и поэтому не выбрали его на полке. Но, как и везде бывают случаи, когда компании удается совмещать, казалось бы, различные сферы товаров. Например, производитель машин «Volkswagen», параллельно совмещает деятельность по продаже сосисок «Volkswagen currywurst».

Построение коммуникаций. На этом этапе нередко возникают ошибки, если у бренда не определено позиционирование, нет чётко прописанной платформы или исполнитель не умеет её читать. В результате появляется разрозненность коммуникаций или их непоследовательность. Например, бренд видит себя доброжелательным и уважительным, а дизайнер, который создаёт рекламные креативы для соцсетей, – дерзким. В такой ситуации пользователь теряется, и лояльность к бренду снижается.

**Айдентика.** Бывает, что молодые компании и стартапы создают логотип и название «на коленке» и думают, что исправят всё потом, когда запустят продукт и он станет успешным.

**Недооценка конкурентов.** Ошибки на этом этапе возникают, если недооценили конкурентов или провели неполный анализ целевой аудитории. Например, компания открыла в регионе несколько ресторанов. Через несколько месяцев специалисты понимают, что продажи гораздо ниже запланированного уровня. Когда проанализировали ситуацию, поняли, что ближайший конкурент занимает более сильную позицию, ему доверяют местные жители и потеснить его не удастся.

Таким образом, принципы функционирования бренда на рынке играют ключевую роль в его успехе и выживаемости. Бренд должен иметь четкую позицию на рынке, уникальные ценности и обещания, чтобы привлечь внимание и удержать потребителей. Кроме того, бренд должен постоянно включать в свою деятельность инновации и адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и потребителей. Качество продукции и услуг, а также связанный с ним опыт потребителей, играют важную роль в формировании имиджа бренда. Кроме того, бренд должен регулярно взаимодействовать с потребителями, слушать их мнение и предлагать инновационные решения. Эффективная коммуникация, как внутри компании, так и с внешними заинтересованными сторонами, также является ключевым фактором успеха бренда. Все эти принципы в совокупности помогают бренду удерживать позицию на рынке, привлекать и удерживать лояльных потребителей и достигать устойчивого роста и развития.

#### Список источников

- 1. Как создать бренд, который будут узнавать [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-branding/
- 2. История становления брендинга и позиционирования [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://stilistica.ru/articles/pozitsionirovanie-brenda/
- 3. 10 принципов брендинга, которые помогут вашему бизнесу взлететь [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://vc.ru/marketing/883873-10-principov-brendinga-kotorye-pomogut-vashemu-biznesu-vzletet

**УДК 33** 

# РЫБОЛОВСТВО В АРКТИКЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИИ

#### КУБАХ ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА

студент

«Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет»

Научный руководитель: Володина Светлана Геннадьевна

к.э.н., доцент

«Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет»

**Аннотация.** В статье рассматривается экономический потенциал и проблемы Российской арктической рыбной отрасли. В нем были освещены различные уровни вылова в разных регионах и видах и обсуждалось, как современные технологии и меры регулирования развили эту отрасль. Прогнозы на будущее предполагали оптимистичные, но осторожные из-за потенциальных новых районов рыболовства в результате изменения климата и присущих им экологических и геополитических проблем. В заключение статьи были рекомендованы стратегии использования экономических возможностей, включая внедрение устойчивых технологий, диверсификацию видов и укрепление геополитического сотрудничества, при этом подчеркивалась важность баланса экономических интересов с устойчивостью для успеха отрасли.

**Ключевые слова:** Российская Федерация, Арктика, арктическое рыболовство, окружающая среда, арктический промысел.

#### FISHING IN THE ARCTIC: ECONOMIC PROSPECTS FOR RUSSIA

#### **Kubakh Tatyana Vladimirovna**

Scientific adviser: Volodina Svetlana Gennadevna

Annotation. The article considered the economic potential and problems of the Russian Arctic fishing industry. It highlighted the different levels of catch in different regions and species and discussed how modern technologies and regulatory measures have developed this industry. Forecasts for the future were optimistic, but cautious due to potential new fishing areas as a result of climate change and their inherent environmental and geopolitical problems. In conclusion, the article recommended strategies for using economic opportunities, including the introduction of sustainable technologies, diversification of types and strengthening of geopolitical cooperation, while emphasizing the importance of balancing economic interests with sustainability for the success of the industry.

**Key words:** Russian Federation, Arctic, Arctic fishing, environment, Arctic fishing.

Арктическая рыбная промышленность, важный аспект российской экономики и играет важнейшую роль в обеспечении страны продовольствием и международной торговле. Огромные географические просторы в сочетании с богатой морской флорой и фауной вселенной делают Арктику исключительно ценным ресурсом. Несмотря на суровые условия окружающей среды, она обладает огромным потенциалом для стимулирования экономического роста и устойчивости России. Цель этой статьи углубиться в экономические перспективы арктического рыболовства для России, изучив его историю,

текущее состояние, будущий потенциал и проблемы. Последующее действие обеспечит подробный анализ аспектов, дающий представление о разработке политики и экономическом прогнозировании.

Однако изменение климата создает угрозы и возможности для арктического рыболовства. Таяние ледяных шапок может открыть новые рыбопромысловые угодья, но нарушить существующие, бросив вызов морскому биоразнообразию.

Для сравнения, арктический промысел сильно отличается от неарктических аналогов в России. Арктический промысел ведется в уникальной, хрупкой среде, требующей специального оборудования и практических методов. Его потенциал роста огромен, но зависит от тщательного управления ресурсами и смягчения последствий изменения климата, что подчеркивает необходимость тщательного понимания и стратегического планирования.

Согласно статистическим данным о рыбной отрасли России, подготовленным ВНИРО за 2021 год, в последние годы в экономике арктического рыболовства в России наблюдались колебания. В исключительной экономической зоне России в Северном Ледовитом океане объем вылова рыбы незначительно увеличился с 1 337 тонн в 2019 году до 1 362 тонн в 2020 году. Заметные колебания наблюдались в Карском море, где добыча снизилась с 707 тонн в 2019 году до 417 тонн в 2020 году, и в Чукотском море с увеличением с 630 тонн в 2019 году до 945 тонн в 2020 году.

Сравнивая арктический промысел с Североатлантическим, мы видим более значительный объем добычи в последнем - с 11 775 тонн в 2019 году до 13 475 тонн в 2020 году. Объем добычи в Северовосточной части Тихого океана, главным образом в Исключительной экономической зоне России, снизился с 8 534 тонн в 2019 году до 6 189 тонн в 2020 году [1].

Эти цифры иллюстрируют различную производительность в разных регионах, подчеркивая сложный характер арктической рыбной промышленности.

Разнообразие видов рыб, вылавливаемых в Арктическом регионе, вносит значительный вклад в экономическую ценность российской рыбной промышленности. Данные ВНИРО за 2021 год свидетельствуют о том, что объектами промысла являются многочисленные виды рыб, каждый из которых вносит свой вклад в общий вылов в размере 708 и 420 тонн в 2019 и 2020 годах.

В частности, карп, барбус и другие карповые зарегистрировали минимальный улов - 5 тонн в 2019 году и 4 тонны в 2020 году. Улов других пресноводных рыб, включая ерша, налима и щуку, составил 188 тонн в 2019 году и снизился до 62 тонн в 2020 году.

Категории лосося, форели и корюшки показали более значительные цифры - 512 тонн в 2019 году и снижение до 220 тонн в 2020 году. Наиболее значительный вклад в этой категории внесла ряпушка - 267 тонн в 2019 году, снижение до 133 тонн в 2020 году.

Треска, хек и пикша дали маленький улов в оба года. Однако следует отметить появление наваги в 2020 году с уловом в 131 тонну, которая значительно изменила ситуацию. Уловы крабов, включая стригуна и опилио, были минимальными [1].

Рыболовство в Арктике требует уникальных методов и технологий из-за экстремальных условий окружающей среды. К ним относятся суда, защищенные ото льда, сложные навигационные системы и усовершенствованные орудия лова. Отрасль все чаще внедряет высокотехнологичные системы, такие как дистанционное зондирование и GPS-слежение, для повышения эффективности и безопасности рыболовства. Кроме того, все более распространенным становится использование современных тралов, ярусов и сетей, предназначенных для минимизации прилова и воздействия на среду обитания.

"Правовой режим использования живых морских ресурсов Арктической зоны Российской Федерации определён в Федеральных законах: «Об исключительной экономической зоне Российской Федерации» от 17.12.1998 № 191-Ф3, «О внутренних морских водах, территориальном море и прилежащей зоне Российской Федерации» от 31.07.1998 № 155-Ф3, «О континентальном шельфе Российской Федерации» от 30.11.1995 № 187-Ф3" [2, с.160]. Основные принципы развития политики в Арктике представлены в Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года утверждена Указом Президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645. Стратегия была внесена изменения и дополнения 12 ноября 2021 г. и 27 февраля 2023 г. [3]. Эта политика направлена на поддержание устойчивой рыбной отрасли путем ограничения улова, предотвраще-

ния перелова рыбы и сохранения морской среды. Эти правила также устанавливают условия лицензирования для рыболовецких компаний, тем самым контролируя, кто может ловить рыбу и сколько они могут выловить.

Федеральное агентство по рыболовству (Росрыболовство) осуществляет надзор за соблюдением этих правил. Примечательно, что Россия также является участником различных международных соглашений и органов, регулирующих рыболовство в Арктике. "В их числе: НАФО (NAFO, Northwest Atlantic Fisheries Organization) — организация по рыболовству в СевероЗападной части Атлантики; НЕАФК (NEAFC, North-East Atlantic Fisheries Commission), регулирующая рыболовство в Северо-Восточной Атлантике; международные договоры по регулированию промысла морских млекопитающих. Частично промысла в арктическом регионе касается и тихоокеанская конвенция СЗТО (Северо-Западной части Тихого океана, включающей Берингово, Охотское и др. моря). Комиссия по анадромным рыбам Северной части Тихого океана (НПАФК, NPAFC — North Pacific Anadromous Fish Сомтізвіоп) регулирует изучение и управление запасами лосося, форель" [4, с.218]. Это международное сотрудничество подчеркивает важность совместного управления в сохранении богатых рыбопромысловых ресурсов Арктики.

Учитывая динамичные экологические и геополитические изменения, экономический прогноз для российской арктической рыбной отрасли внушает осторожный оптимизм. Потепление в Арктике может открыть новые рыболовные угодья и виды, потенциально стимулируя экономический рост. Однако это может иметь и свои недостатки, о чём мы упомянем чуть позже.

Технологические достижения, такие как прогнозирование улова с помощью искусственного интеллекта, дистанционное зондирование и автоматизированное рыболовное оборудование, могут значительно повысить эффективность и безопасность отрасли, потенциально приводя к росту. Однако эти технологии также требуют значительных инвестиций и обучения, что необходимо учитывать при их внедрении.

Изменения в политике или государственные стимулы могли бы стимулировать экономический рост в этом секторе. Например, субсидии или налоговые льготы для внедрения устойчивых методов, инвестиции в передовые технологии или разведку новых рыбопромысловых угодий могли бы способствовать расширению отрасли. Однако любые такие меры должны обеспечивать баланс между экономическими целями и острой необходимостью сохранения окружающей среды и устойчивого рыболовства.

Основными проблемами в будущем могут выступить:

- 1. Экологические проблемы, особенно изменение климата, могут существенно повлиять на рыбную промышленность Арктики. Таяние ледяных шапок может нарушить экосистемы, что приведет к изменениям в распределении рыбы и популяциях, тем самым влияя на экономический результат. Кроме того, возросшая активность человека в новых доступных районах может привести к усилению загрязнения и деградации среды обитания.
- 2. Геополитические конфликты из-за прав на рыболовство и территориальных претензий в Арктике могут создать нестабильность, повлияв на рыболовные операции и торговые отношения. По мере того как арктические воды становятся более судоходными, эти конфликты могут обостриться, что потенциально повлияет на экономические перспективы России в регионе.
- 3. Колебания рынка, обусловленные глобальной динамикой спроса и предложения, создают экономические угрозы для отрасли. Перелов рыбы остается серьезной проблемой, угрожающей устойчивости рыбных запасов и, следовательно, долгосрочной экономической жизнеспособности. Вымирание видов, которое вполне возможно в связи с изменениями окружающей среды и чрезмерным выловом рыбы, может привести к потере экономически ценных ресурсов. Таким образом, тщательное управление и регулирование имеют первостепенное значение.

#### Заключение:

Использование экономических возможностей при одновременном смягчении проблем требует многогранного подхода. Это включает в себя инвестиции в передовые, устойчивые технологии рыболовства, диверсификацию целевых видов, включая недостаточно используемые, и внедрение надежных стратегий управления для предотвращения перелова. В геополитической сфере укрепление со-

трудничества и соглашений по поводу общих ресурсов могло бы помочь смягчить конфликты.

В заключение, будущее арктического рыболовства в России, хотя и многообещающее, переплетено с экологическими, экономическими и геополитическими сложностями. Это требует стратегического, дальновидного подхода, сочетающего сиюминутные экономические выгоды с долгосрочной устойчивостью. Учитывая его потенциал, этот сектор мог бы внести значительный вклад в экономику России при разумном управлении.

#### Список источников

- 1. Статистические сведения по рыбной промышленности России. М.: ВНИРО, 2021. 90 с.
- 2. Корельский В. Ф. Рыболовство, транспорт Арктики: реалии и перспективы //Рыбохозяйственный комплекс: экономика и развитие. 2022. С. 155-166.
- 3. Указ Президента РФ от 26 октября 2020 г. N 645 "О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года" (с изменениями и дополнениями). Режим доступа: https://base.garant.ru/74810556/, дата обращения: 29.06.2023.

УДК 330.322

# ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

#### ЦОЙ ЕКАТЕРИНА ИГОРЕВНА

студентка

ГУУ «Государственный университет управления»

**Аннотация:** в данной статье рассматривается термины «инвестиции» и «инвестиционная деятельность», сущность, виды, источники, недостатки, преимущества и функции инвестиций, а также определяется их роль в сфере предпринимательства.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная деятельность, источники инвестиций, предпринимательство, экономика.

#### INVESTMENT ACTIVITY IN THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP

#### Tsoy Ekaterina Igorevna

**Abstract:** this article examines the terms "investments" and "investment activity", the essence, types, sources, disadvantages, advantages and functions of investments, and also defines their role in the field of entrepreneurship.

**Key words:** investments, investment activity, sources of investment, entrepreneurship, economy.

По статистике наиболее важным для развития бизнеса (предпринимательства) ресурсом по мнению предпринимателей являются именно инвестиции (49%). Остальные ресурсы распределены следующим образом: нужные связи и знакомства - 23%, партнерство - 13%, сотрудники - 10%, дополнительные знания (тренинги, эксперты, менторы) – 2%, другое – 3%. То есть для развития предпринимательства и достижения высокой экономической эффективности предприятий, соответственно, необходим широкий спектр привлечения инвестиций и их наличие уже половина успеха в предпринимательской деятельности.

Согласно Федеральному закону N 39-Ф3:

Инвестиции – это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта;

Инвестиционная деятельность - вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта

Это значит, что в первую очередь, инвестиции – это способ приумножения прибыли, то есть вложение капитала в предприятия или ценных бумаг для получения прибыли.

Помимо приумножения прибыли и эффективного ее использования основными функциями инвестиций являются регулирующая, распределительная, индикативная. Первая заключается в корректировке процессов воспроизводства капитала и поддержанию его темпов роста; вторая – осуществлении распределения созданного общественного продукта в его денежной форме между отдельными собственниками, уровнями и сферами общественного производства, видами деятельности продукции и услуг; третья – контролирует движение к цели, т.е. вырабатывает такие регулирующие механизмы, которые обеспечивают как минимум равновесное состояние экономической системы.

Основная цель формирования инвестиционных ресурсов организации - удовлетворение потреб-

ности в приобретении необходимых инвестиционных активов и оптимизации их структуры с позиций обеспечения эффективных результатов инвестиционной деятельности.

Классификация инвестиций представлена на рисунке 1.



Рис.1. Классификация инвестиций

Основными источниками финансирования инвестиций являются: собственные финансовые ресурсы (прибыль, амортизационные отчисления, денежные резервы и др.); заемные финансовые средства инвесторов (банковские кредиты, облигационные займы и др.); привлеченные финансовые средства инвестора (получаемые от продажи акций, взносов членов трудовых коллективов, граждан, юр.лиц средства); средства внебюджетных фондов, федерального бюджета, предоставляемые на возвратной основе; средства иностранных инвесторов.

По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата) инвестиционные вложения больше половины регионов России в 2022 году увеличились (рис.2). Причем растут вложения именно в основной капитал (затраты бизнеса и государства на проекты развития, а не оборотные активы), что помогают экономике регионов расти и повышают благосостояние людей.

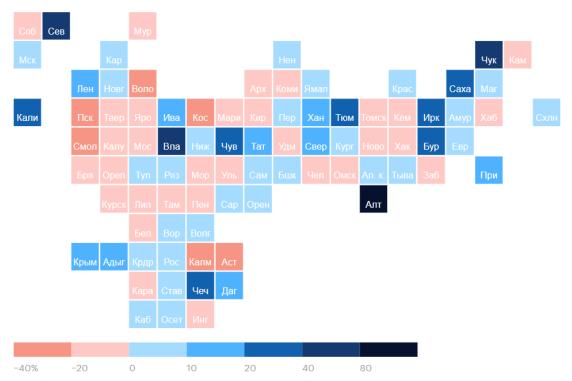


Рис .2. Рост и снижение инвестиций в регионах России в 2022 году в сопоставимых ценах

Позитивная динамика инвестиций говорит о том, что инвестиционные проекты нарастили активность, а последствия кризиса смягчили рост бюджетных вливаний из-за чего доля государства в общем объеме инвестиционных вложений увеличилась.

Рост и снижение инвестиций в регионах России на 2022-2023 года связана с рядом различных факторов. Так, рост их рост сопряжен с госпрограммами развития городов (Севастополь, программа до 2025 года, прирост в 1,6 раза), госпрограммами развития важных международных торговых путей (Приморский край, Северный морской путь, Транссибирская магистраль, проект «Один пояс, один путь», рост на 26,2%), реализация проектов в сфере транспортировки и хранения (Владимирская область, прирост в 1,5 раза), приходами новых резидентов с крупными проектами (Чукотский автономный округ, освоение месторождения Пыркакайской штокверки, «Селиград», рост около 50%) и другие. Снижение связано в основном с влиянием санкций, ограничениями в поставках оборудования и отказом иностранных компаний от инвестиций, высокой стоимостью материалов, конструкций и изделий.

В пятерку отраслей, которым легче получать средства на развитие, вошли ІТ (78%), медицина (57%), строительство (39%), производство (39%), финансовые и юридические услуги (35%).

На основе всего вышесказанного можно выделить следующее проблемы, ограничивающие инвестиционную деятельность в сфере предпринимательства:

- 1. Неопределенность экономической обстановки в стране.
- 2. Инфляция.
- 3. Высокие цены на материалы, конструкции, изделия (импортная продукция в большей степени ушла из страны, а отечественная продукция все еще находится в стадии развития из-за чего цена на материалы пока высокая).
- 4. Курсовые колебания национальной валюты (только за последние несколько лет курсы валют значительно изменились по сравнению с изначальными).
- 5. Большая часть инвестиций идет из государственного бюджета, так как собственные финансовые средства ограничены.
- 6. Слабо развита инфраструктура в большинстве регионов (поэтому много госпрограмм по развитию городов, регионов, областей и др.).

Не смотря на большое количество проблем инвестиционной деятельности в сфере предприни-

мательства наблюдается улучшение микроэкономической конъюнктуры в стране, что значительно способствует возможности запуска новых инвестиционных проектов. В условиях санкций ухудшился доступ компаний на международный финансовый рынок, однако, он также поспособствовал развитию внутренней инфраструктуры России и сосредоточил ее внимание на развитии проектов, связанных с Азиатско-тихоокеанским регионом, и производстве отечественной продукции. В следствии чего наблюдается положительная динамика в сфере инвестиционной деятельности.

#### Список источников

- 1. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-Ф3 (последняя редакция)
- 2. Инвестиции и инвестиционная деятельность: учебник / Л. И. Юзвович, М. С. Марамыгин, Е. Г. Князева, М. И. Львова, Ю. В. Куваева, М. В. Чудиновских, С. А. Дегтярев; под общ. ред. Л. И. Юзвович; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 498 с.: ил. Библиогр.: в конце глав. 100 экз. ISBN 978-5-7996-3082-9. Текст: непосредственный.
- 3. Инвестиции: учебник / [Л.И. Юзвович и др.]; под ред. Л.И. Юзвович; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. 2-е изд., испр. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. унта, 2018. 610 с. (Учебник УрФУ)
  - 4. Инвестиции в России. 2023: Стат.сб./ Росстат. М., 2023. 229 с.
- 5. Федеральная служба государственной статистики. Инвестиции в нефинансовые активы Официальный сайт Росстат [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/investment\_nonfinancial (дата обращения 25.02.2024).

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 2964

# СОСТОЯНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

#### ХАБАРОВ КИРИЛЛ ДМИТРИЕВИЧ

аспирант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: Сектор возобновляемых источников энергии (ВИЭ) ощутил влияние санкций и последствия геополитической напряженности в ряде аспектов: отмена поставок комплектующих, трудности с лицензиями на программное обеспечение и технологии, неисполнение сервисных контрактов, отсутствие возможности проводить транзакции с зарубежными поставщиками, проблемы с логистикой и привлечением дешевого финансирования и множество других прямых и косвенных неудобств и убытков. С одной стороны, введенные санкции негативно сказываются на развитии инфраструктуры возобновляемых источников энергии, так как ограничивают доступ к инвестициям и технологиям. С другой стороны, санкции выступают мощным стимулом для развития отечественного производства оборудования для ВИЭ. В данной научной статье рассматривается состояние отрасли ВИЭ в Северо-Западном федеральном округе РФ в условиях действия санкций.

**Ключевые слова:** возобновляемые источники энергии (ВИЭ), санкции в отрасли ВИЭ в России, состояние ВИЭ в Северо-Западном федеральном округе РФ, гидроэнергетика, солнечная энергия, энергия ветра.

# STATE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES IN THE NORTHWESTERN FEDERAL DISTRICT OF RUSSIA UNDER SANCTIONS

**Khabarov Kirill Dmitrievich** 

**Abstract:** The renewable energy sources (RES) sector has felt the impact of sanctions and the consequences of geopolitical tensions in various aspects: disruptions in the supply of components, problems with software and technology licenses, termination of service contracts, the inability to complete transactions with foreign suppliers, difficulties with logistics and attracting cheap financing and a number of other direct and indirect inconveniences and losses. On the one hand, the imposed sanctions negatively affect the development of renewable energy infrastructure, as they limit access to investments and technologies. On the other hand, sanctions act as a powerful incentive for the development of domestic production of equipment for renewable energy sources. This scientific article examines the state of the renewable energy industry in the Northwestern Federal District of the Russian Federation in the context of sanctions.

**Key words:** renewable energy sources (RES), sanctions in the RES industry in Russia, the state of RES in the Northwestern federal district of Russia, hydropower, solar energy, wind energy.

Развитие возобновляемой энергетики (ВИЭ) в России в последние годы претерпевает сложности ввиду ухода из страны ряда опытных крупных инвесторов, как Fortum и Enel и производителей оборудования (Vestas, Siemens, Largerwey). Поставленные цели по декарбонизации национальной экономики

предполагают развитие и усиление имеющихся мощностей низкоуглеродной энергетики. При этом следует принимать во внимание, что если на старте внедрения ВИЭ лидирующие позиции занимали Европа и США, то сегодня ситуация изменилась и несомненным лидером по наращиванию объемов выступает Китай [1].

В России динамика доли возобновляемых источников энергии, учитывая гидроэнергетику, в общей установленной энергетической мощности в течении последних десяти лет остается почти на одном уровне, без учета незначительных изменений как в сторону снижения, так и в сторону увеличения. За последние несколько лет наблюдается небольшой рост доли установленной мощности, обусловленный, в первую очередь, активным вводом в эксплуатацию электростанций ВИЭ и выводом из эксплуатации устаревшего оборудования ТЭС и АЭС [2]. Доля производства энергии на основе ВИЭ в нашей стране на сегодняшний день составляет 2,2% энергобаланса. В планах – к 2035 году увеличить данное значение до 6%, к 2050 году – до 16% [3].

В 2022 году ключевую роль стал играть вопрос импортозамещения. Ввиду того, что ряд зарубежных компаний весной прошлого года объявил о приостановлении инвестиций в новые проекты и приостановления деятельности на территории нашей страны, предприятия, локализующие производство ВИЭ-оборудования столкнулись с комплексом проблем. Инвесторы испытывали трудности с исполнением зарубежными поставщиками контрактов на поставку оборудования ввиду ограничений на присутствие иностранных экспертов для проведения пусконаладочных работ. Это повлекло к усиленной работе над вопросом импортозамещения в отечественной топливно-энергетической отрасли и усилению ее лидирующих позиций.

В прошлом году отечественный рынок ВИЭ адаптировался к новым условиям работы. Несмотря на пессимистичные предсказания противников низкоуглеродного развития, отрасль ВИЭ-генерации в нашей стране продолжает свое развитие. По итогам 2023 года было введено порядка 375 МВт на оптовом и розничном рынках, также ожидается, что в 2024 году отрасль восстановит свои темпы развития и достигнет показателя 1 тыс. МВт в год [4].

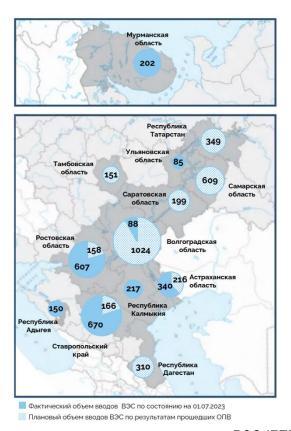


Рис. 1. Распределение инвестиционных проектов ВЭС (ДПМ ВИЭ 1.0 и 2.0) по субъектам РФ, МВт [6]

В России в региональном разрезе можно выделить десяток регионов-лидеров, где доля ВИЭ в балансе установленной мощности превалирует над среднемировыми уровнями, в их числе Республика Алтай (100%), Калмыкия (96%), Адыгея (93,4%), Астраханская область (45,7%), Кабардино-Балкария (33,2%), Крым (26,7%), Камчатский край (21,6%), Северная Осетия (21,5%) Карелия (21,2%), Ставропольский край (12,2%). При этом, на севере и востоке РФ находятся обширные территории, где отмечается абсолютная неготовность электросетевой инфраструктуры к принятию обширных объемов ветровой и солнечной энергии [5]. Решение инфраструктурных проблем – ключ к появлению дополнительного импульса ВИЭ и экономическому процветанию указанных регионов.

В отечественной ветроэнергетике действует программа по углублению локализации и расширению промышленной кооперации с российскими поставщиками. Сегодня наибольший объем проектов ВЭС реализован в Ставропольском крае, Ростовской и Астраханской областях. Всего на упомянутые три региона приходится более двух третей всей установленной мощности ветряных электростанций (ВЭС) в единой энергетической системе России, построенных в рамках договора о предоставлении мощности ВИЭ (ДПМ ВИЭ). Распределение отобранных проектов ветрогенерации по субъектам нашей страны, реализация которых планируется до конца 2029 года представлена на рис. 1.

В первом квартале 2023 года объем выработки электроэнергии объектами ДПМ ВИЭ был равен 2 403,1 млн кВт/ч, что на 24% больше объема выработки за аналогичный период предыдущего года. Региональное распределение объектов ВИЭ-генерации продемонстрировано на рис. 2.



Рис. 2. Региональное распределение объектов ВИЭ-генерации [7]

По итогам прошедшего в рамках второй программы ДПМ ВИЭ отбора проектов ВИЭ 2023 года в общей сложности был отобран 41 проект с общей суммой необходимой годовой выручки около 25 млрд рулей, следует из материалов «Совета рынка». В том числе, по ВЭС отобраны 17 объектов с заявленной выручкой 11,521 млн рублей, СЭС – 24 объекта с заявленной выручкой 13,641 млрд рублей. Суммарный заявленный плановый объем установленной мощности составил 1 825 МВт: ВЭС – 738,5 МВт, СЭС – 1 086,5 МВт, [8]. Отобранные объемы требуемой суммы годовой выручки от продажи электрической энергии и мощности представлены в табл. 1.

Согласно данным Ассоциации развития возобновляемой энергии (АРВЭ), Ленинградская область находится на 27-м месте среди регионов нашей страны в рейтинге развития альтернативной энергети-

ки с установленной мощностью ВИЭ 2,4 МВт. Это составляет около половины мощности одного современного ветрогенератора.

Таблица 1
Отобранные объемы требуемой суммы годовой выручки от продажи электрической энергии и мощности, млн рублей [8]

Вид ВИЭ	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Итого
Ветровая генерация	=	385	307	302	5403	5124	11521
Солнечная генерация	-	3771	3588	3388	2894	-	10747
Гидрогенерация	-	-	-	-	-	-	
Итого	-	4156	3895	3690	5403	5124	22268

В Санкт-Петербурге и Ленинградской области отмечается благоприятный потенциал для развития ВИЭ, поскольку непосредственная близость к акватории Финского залива обеспечивает все условия для развития проектов по ветроэнергетике. В Ленинградской области к концу 2024 года планируется завершение строительства ветропарка мощностью 24,9 МВт в деревне Вистино Кингисеппского района. Еще одну ветровую электростанцию мощностью 71,4 МВт планируют запустить в Свирице Волховского района Ленинградской области. По мнению экспертов, срок ввода в эксплуатацию по-прежнему находится в горизонте 2024—2025 годов, несмотря на введенные санкции.

Среди барьеров для развития ВИЭ в данном регионе эксперты называют энергопрофицитность. Данные за последние годы свидетельствуют о том, что в субъекте в среднем вырабатывается на 35–40% электроэнергии больше, чем фактически потребляется. Отказом Финляндии и Прибалтики от отечественной электроэнергии способствует ухудшению ситуации в ближайшие годы. В подобных условиях строительство ВИЭ может иметь смысл только для замены объектов традиционной энергетики или возведения под конкретные цели, к примеру, выработку водорода, как это планировалось в рамках Кольской ВЭС.

Перспективным направлением для рассматриваемого региона также выступает строительство микрогидроэлектростанций для производства «зеленого» водорода [5]. На обширной сети рек в Ленинградской области на сегодняшний день успешно функционируют восемь гидроэлектростанций.

В мае 2023 года заместитель председателя Правительства РФ Александр Новак и губернатор Мурманской области Андрей Чибис официально ввели в промышленную эксплуатацию Кольскую ветроэлектростанцию. Сегодня на территории площадью 257 гектаров установлено 57 ветроэнергетических установок. 68% оборудования на ветроустановках — локализованного отечественного производства. Возможности ветропарка обширны: здесь может вырабатываться около 750 ГВтч в год, не выбрасывая при этом 600 000 тонн углекислого газа в атмосферу. Оборудование ветропарка разработано таким образом, что может функционировать даже при очень низких температурах.

Таким образом, состояние возобновляемых источников энергии в Северо-Западном федеральном округе можно охарактеризовать как амбивалентное, так как несомненно имеется огромный потенциал развития гидроэнергетики, перспективы использования ветровой и солнечной энергии, но, в то же время, нельзя забывать о существующих проблемах с интеграцией и высокими капитальными затратами.

#### Список источников

- 1. Потенциал для кластера [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.kommersant.ru/doc/6413504 (20.02.2024);
- 2. Возобновляемая энергетика в России и мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://rosenergo.gov.ru/upload/iblock/e04/3xtm87iv99x76b23c6wjul3as5pzz8zj.pdf (20.02.2024);

- 3. В Мурманской области дан официальный старт промышленной эксплуатации Кольской ВЭС [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://invest.nashsever51.ru/list\_item/news/v-murmanskoy-oblasti-dan-ofitsialnyy-start-promyshlennoy-ekspluatatsii-kolskoy-ves (21.02.2024);
- 4. Санкции притормозили развитие возобновляемой энергетики в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.dp.ru/a/2024/01/11/sankcii-pritormozili-razvitie (21.02.2024).
- 5. Возобновляемые перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.kommersant.ru/doc/6042045 (23.02.2024);
- 6. Рынок возобновляемой энергетики России текущий статус и перспективы развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://drive.google.com/file/d/1GmXQmNKYo84YE4WfpsT-0RzqsTbS6mup/view (22.02.2024);
- 7. Обзор рынка ВИЭ в России за первый квартал 2023 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.eprussia.ru/market-and-analytics/3288129.htm (22.02.2024);
- 8. Отбор ВИЭ-генерации в 2023 г прошли 41 проект с годовой выручкой в 25 млрд руб. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.bigpowernews.ru/markets/document108381.phtml (23.02.2024).

# КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 451.15

# ПРИНЦИП «НЕВИДИМОЙ РУКИ РЫНКА» В ЭКОНОМИКЕ

#### НИКИТЕНКО МАТВЕЙ МИХАЙЛОВИЧ, БОРЗИКОВ ИВАН АНТОНОВИЧ

сотрудники

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна

сотрудник

ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено такое явление в экономике, как «невидимая рука рынка». Исследованы современные применения в экономике принципа «невидимой руки рынка». Описаны негативные и позитивные проявления в истории принципа «невидимой руки рынка». Выявлены недостатки и преимущества принципа «невидимой руки рынка». Представлена сравнительная характеристика двух экономических принципов.

**Ключевые слова:** «невидимая рука», принцип «невидимой руки», рынок, рыночная экономика, экономика, Адам Смит, спрос, предложение, потребитель, продавец, свободный рынок, конкуренция.

#### THE PRINCIPLE OF THE «INVISIBLE HAND OF THE MARKET» IN ECONOMICS

Nikitenko Matvey Mikhailovich, Borzykov Ivan Antonovich, Shevchenko Oksana Ivanovna

**Abstract.** This article examines such a phenomenon in economics as the «invisible hand of the market». The modern applications of the principle of the «invisible hand of the market» in economics are investigated. Negative and positive manifestations in the history of the principle of the «invisible hand of the market» are described. The disadvantages and advantages of the principle of the «invisible hand of the market» are revealed. A comparative characteristic of two economic principles is presented.

**Key words:** «the invisible hand», the principle of the «invisible hand», market, market economy, economics, Adam Smith, supply, demand, consumer, seller, free market, competition.

Все мы не раз слышали про такую метафору в экономике, как «невидимая рука рынка», которую упоминал в своих трудах Адам Смит в XVIII веке. В них он четко описал суть капитализма, что она стала синонимом свободного рынка. Впервые введенный Адамом Смитом в его работе «Исследование о природе и причинах богатства народов», отражает идею о том, что самоуправление рыночной экономики приводит к эффективному распределению ресурсов и оптимальным результатам для общества.

Принцип «невидимой руки рынка» предполагает, что рынок почти приходит в оптимальное состояние спроса и предложения, благодаря максимально выгодным действиям потребителей и продавцов. Чтобы это смогло получится на деле, государству достаточно не вмешиваться в личные интересы всех участников. Согласно Смиту, «невидимая рука рынка» работает через саморегулирование цен и свободу выбора, которые помогают указывать на потребности рыночной системы и привлекать ресурсы для их удовлетворения. В этом процессе предложение и спрос выравниваются, а цены помогают отра-

жать соотношение между ресурсами и потребностями. В результате возникает саморегулирующийся рынок, который оптимизирует использование ресурсов и способствует процветанию производства и потребления.

Смит считал, что если каждый человек свободно стремится удовлетворить свои потребности, то рынок автоматически находит оптимальное равновесие между предложением и спросом, определяя цены, объемы производства и распределение ресурсов. В результате, общее благосостояние растет, исходя из действий отдельных индивидов, даже несмотря на то, что каждый из них действует на основе субъективных интересов.

Принцип «невидимой руки рынка» подчеркивает важность личной свободы, собственности, договорных отношений и рыночных механизмов в экономике. Он является основой для аргументации в пользу свободного рынка, минимального государственного вмешательства и экономической свободы.

Кроме того, концепция невидимой руки не учитывала и другие возможные обстоятельства:

- **могут** наступить кризисы такой силы, при которых рынок не сможет сам себя отрегулировать без вмешательства государства;
  - на экономику могут действовать неэкономические факторы;
- люди не всегда действуют с позиции рациональной выгоды часто они совершают необдуманные покупки.

В погоне за выгодой при принципе «невидимой руки рынка» производители могут наносить вред экологии, а потребители могут закрывать глаза на выброс мусора и загрязнению воздуха.

Все эти недочеты наряду с вызовами, которые возникали по мере развития экономических отношений, привели к провалам концепции невидимой руки.

Россия могла на себе прочувствовать такой феномен, как ввоз санкционных продуктов. Это тоже можно назвать «невидимой рукой рынка», когда на оставшийся подвергнутый санкциями товар подняли цены, тем самым на него упал спрос. Тогда происходит ввоз этих продуктов из дружественных стран, например, Беларусь, а также происходит импортозамещение со стороны продавцов.

Западные санкции навредили российской экономике в значительно меньшей степени, чем ожидалось. «Невидимая рука рынка» оказывает ценные услуги: западное предложение и российский спрос и во времена санкционного режима успешно взаимодействуют, в России по-прежнему потребляют западные товары, а российское сырьё сложными тропами доходит до своих клиентов за рубежом.

Российская финансовая система, которую отрезали от международной платёжной системы SWIFT, не рухнула. Причина подобной стабильности в том, что счёт текущих операций России профицитен, то есть экспорт превышает импорт, чего, например, о США сказать нельзя. Это объясняется ещё и ценами на энергоносители, которые из-за западного бойкота России взлетели до небес.

Аpple и Samsung ушли с российского рынка, но образовавшуюся брешь быстро закрыли китайские производители Xiaomi, Realme и Honor. Но и в области реального производства товаров, например, стиральных машин или промышленных изделий, на первый план выдвинулись Турция и, конечно, Китай. В целом китайский импорт в Россию достиг в декабре рекордного. уровня, благодаря чему Китаю удалось нивелировать потери от спада торговли с Европой [1].

Однако главным подспорьем российской экономики является нефть и газ. У российских экспортёров бизнес процветает. Мир по-прежнему заинтересован в российских сырьевых ресурсах, в изобилии залегающих в сибирской вечной мерзлоте. Едва Запад прекратил покупать у России нефть и газ, как его место тут же заняли другие покупатели – Турция, Китай, Индия и многие африканские страны. Да и Европа, несмотря на санкции, тоже не может обойтись без русского газа. Такие страны, как Франция, Бельгия, Нидерланды и Испания, по данным лоббистского объединения Zukunft Gas, по-прежнему закупают российский сжиженный газ. Через них российский СПГ попадает и в Германию, хотя и в ограниченном количестве.

Были моменты в истории, когда невидимая рука не сработала. Произошло это в октябре 1929 года в США, великая депрессия, которая привела к массовой безработице и падению цен. В этот период резко падал спрос, а за ним сокращалось и производство. «Невидимая рука рынка» никакими путями не смогла быстро вернуть экономику в равновесие, поэтому восстановление растянулось на долгие

годы. В это время экономист Кейнс выдвинул идею, что принцип «невидимой руки» никогда не сможет самостоятельно сбалансироваться, поэтому нужно срочное вмешательство государства в экономику. Кейнс поспособствовал решению этой проблемы и после завершения Великой депрессии «кейнсианство» получило колоссальное развитие по всему западному миру.

Влияние идей Кейнса начало ослабевать в 1980-х годах, и на смену им снова вернулась концепция невидимой руки. В это время на фоне низкого роста экономики и высокой инфляции западное либеральное общество стало критиковать чрезмерное регулирование экономики государством и требовало его ограничить. Выход виделся в возвращении механизмов саморегулирования свободного рынка. Так, в 1981 году правительство США сократило налоги и уменьшило госрегулирование. В результате этих действий инфляция снизилась с 10% до 5% за семь лет.

Нельзя отметить, что «невидимая рука рынка» отлично работает в странах, где нет кризиса и в которых граждане осознанно подходят к производству определенных товаров и к их обдуманной покупке.

Таким образом, на принцип «невидимой руки рынка» нельзя надеть оковы, что можно наблюдать на исторических примеры и на примере современной России. Государство в концепции «невидимой руки» нужно для поддержания порядка и предоставления общественных благ и услуг. Согласно исследованиям, рост и производительность экономики страны, где рынок свободный и конкурентоспособный, обычно выше, чем в странах с более регулируемой. Этот принцип указывает на то, что индивидуальные интересы, стремящихся максимизировать свои личные выгоды, могут приводить к общему благополучию общества. Ключевым фактором здесь является наличие свободного рынка и конкуренции, которые стимулируют эффективное распределение ресурсов и приводят к росту производства и благосостояния. Однако, необходимо отметить, что принцип невидимой руки не является универсальным решением для всех экономических проблем. В определенных ситуациях, государственное вмешательство может быть необходимо для регулирования рынка и предотвращения негативных последствий, таких как монополии, неравенство или неправильное использование общественных ресурсов.

#### Список источников

- 1. «Невидимая рука рынка» помогает России успешно противостоять западным санкциям [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://russian.rt.com/inotv/2023-02-08/Focus-nevidimaya-ruka-rinka-pomogaet?ysclid=lrkq7r5cca360322100
- 2. «Невидимая рука рынка». Почему Адама Смита считают отцом экономики? [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://aif.ru/society/history/nevidimaya\_ruka\_rynka\_adama\_smita\_schitayut\_otcom\_sovremennoy\_ekonomiki
- 3. Невидимая рука рынка в экономике: что это такое и как работает [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: https://gazprombank.investments/blog/economics/invisible-hand-of-market/

# ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 330.341+658

# ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РФ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

### БУРМА ВИТАЛИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

аспирант

ФГБУН «Вологодский научный центр РАН»

**Аннотация:** в статье дается общая оценка инновационной активности малых промышленных предприятий в России. Обосновывается целесообразность применения проектного метода как оптимального подхода к организации инновационной деятельности малых промышленных предприятий. В рамках управления инновационными проектами целесообразно ориентироваться на потребности крупных потребителей продукции и использовать возможности существующих в стране программ импортозамещения и развития малого бизнеса.

**Ключевые слова:** малое промышленное предприятие, инновации, инновационная деятельность, управление, проектный подход.

# FEATURES OF INNOVATION ACTIVITY OF SMALL INDUSTRIAL ENTERPRISES IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

#### **Burma Vitaly Vladimirovich**

**Abstract:** The article gives a general assessment of the innovative activity of small industrial enterprises in Russia. The feasibility of using the project method as an optimal approach to organizing the innovative activities of small industrial enterprises is substantiated. As part of the management of innovative projects, it is advisable to focus on the needs of large consumers of products and use the capabilities of existing import substitution and small business development programs in the country.

**Key words:** small industrial enterprise, innovation, innovative activity, management, project management.

В настоящее время обширный массив зарубежной и российской научной литературы посвящен различным вопросам инновационного менеджмента. Всесторонне и подробно освещены общие подходы к определению сущности и содержания нововведений и инноваций, а также инновационного процесса и его организации как специфической формы управления. Между тем, управление инновационной деятельностью имеет не только общие черты, но и специфические особенности, присущие различным группам хозяйствующих субъектов, осуществляющих разработку, внедрение и коммерциализацию инноваций. Одну из таких групп представляют собой малые промышленные предприятия.

Организационная среда малого промышленного предприятия (по сравнению с крупными корпорациями) более предрасположена к инновационной деятельности, связанной с высоким предпринимательским риском, поскольку она обеспечивает более высокую степень оперативности при принятии управленческих решений по разработке и внедрению инноваций. В то же время, поскольку разработка инновационной продукции, ее освоение в производстве и коммерциализация, с одной стороны, требу-

ют значительных издержек, а с другой стороны, сопряжены с существенными рисками недостижения планируемых результатов, осуществление инновационной деятельности для малых промышленных предприятий, которые, как правило, ограничены в наличествующих у них в финансовых, материальных и кадровых возможностях, является сложной задачей.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2021 г. удельный вес малых промышленных предприятий РФ, осуществлявших инновационную деятельность, составлял только 6,9% от общего числа обследованных предприятий соответствующей группы [1]. В 2022 г. российскими малыми промышленными предприятиями было произведено инновационных товаров, работ и услуг на сумму 89 млрд 486 млн рублей. Это составило лишь 1,1% в общем объеме отгруженных товаров собственного производства, работ и услуг, выполненных собственными силами малых предприятий (в целом по промышленности эта доля составляла 5,5%, а среди наиболее крупных предприятий с численностью работников 10 тыс. и более человек — 10,2%) [2].

Недостаточно высокий уровень инновационной активности малых промышленных предприятий, на наш взгляд, связан не только с сугубо экономическими причинами, но, отчасти, и с отсутствием проработанного методического инструментария управления инновационной деятельностью, специализированного для этой группы хозяйствующих субъектов, и учитывающего особенности внутренней организационной среды малого промышленного предприятия и конкретные параметры внешней среды его функционирования. Кроме того, этот инструментарий должен быть адаптивным к изменяющимся общим условиям осуществления экономической деятельности в стране, в частности, последствиям санкционного давления, уходом зарубежных поставщиков с российского рынка, расширением программ импортозамещения со стороны государства и крупных потребителей продукции промышленного назначения, и т.д.

Инновационная деятельность предприятия – широкое понятие, включающее в себя всю совокупность действий различного масштаба, осуществляемых предприятием по внедрению нововведений в производственном процессе и в управлении. Часть из этих действий (например, организационные или маркетинговые инновации) может быть направлена на совершенствование отдельных бизнеспроцессов или повышение общей эффективности управления и функционирования компании, при этом не будучи связана с производством непосредственно инновационной продукции. Поэтому мы считаем целесообразным в рамках общей инновационной деятельности предприятия отдельно выделять такое направление, как производство инновационной продукции, означающее совокупность действий предприятия по созданию новых или принципиальному усовершенствованию существующих продуктов, организации их производства и их коммерциализации (то есть превращения продуктов в товары).

В отличие от крупных предприятий, где инновационная деятельность может носить текущий характер (например, на базе специализированных подразделений или служб), для малых промышленных предприятий оптимальным подходом к организации инновационной деятельности будет являться метод проектного управления, позволяющий сконцентрировать всю совокупность необходимых ресурсов для решения конкретных задач. Под инновационным проектом малого промышленного предприятия мы понимаем ограниченный во времени и обеспеченный ресурсами комплекс плановых мероприятий, направленных на разработку, создание инновационных продуктов и вывод их на рынок с целью получения экономической выгоды. Ключевое значение для общего успеха такого проекта имеет решение вопросов определения инновационного продукта, организации его разработки и внедрения, а также финансового обеспечения затрат на различных этапах.

Начальным этапом инновационного проекта является выбор продукта, который будет создаваться в ходе его реализации. Малые промышленные предприятия, чаще всего, специализируются на производстве единичной и мелкосерийной продукции, поставляя ее ограниченному количеству заказчиков и потребителей. Поэтому оптимальным, исходя из критерия соотношения затрат и планируемого результата, представляется работа с потенциальными заказчиками по выявлению проблемных мест, связанных с эксплуатацией имеющейся у них техники, оборудования, изделий и т.п., потребностей в тех или иных видах продукции. Это позволило бы определить потенциальные возможности предприятия по разработке продуктов, которые будут обладать значимыми конкурентными преимуществами по сравнению с представленными на рынке аналогами.

Особенностью российского рынка продукции производственно-технического назначения является то, что ключевыми потребителями на нем являются крупные компании топливно-энергетического и металлургического комплексов, а также инфраструктурных отраслей экономики. Именно они традиционно формируют львиную долю спроса в отношении специализированных изделий, оборудования, программно-технических средств. В этой связи, малым промышленным предприятиям целесообразно использовать возможности существующих в стране программ по развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в целях их потенциального участия в закупках товаров (работ, услуг). Такого рода поддержка оказывается заказчиками, осуществляющими закупки в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2001 №223-Ф3, и реализуется при участии Корпорации МСП, организаций инфраструктуры поддержки МСП и других институтов. В настоящее время в реестре Корпорации МСП имеется 18 программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе программы АК «Алроса» ПАО), Группы Интер РАО, ОАО «РЖД», ПАО «Россети», ПАО «Ростелеком» и др.) [3]. Собственные программы имеют и другие крупные компании, например ПАО «Транснефть» и ПАО «Газпром».

Определенная на первом этапе инновационная разработка, может быть создана не только непосредственно силами малого промышленного предприятия, так и получена им извне (путем заказа НИОКР или приобретения прав собственности на готовую разработку). Принятие предприятием решений относительно проведения НИОКР собственными силами или при помощи сторонних исполнителей зависит от множества факторов, таких как наличие специалистов нужного профиля, сравнительные финансовые затраты или время выполнения работ. Значительные возможности для разработки инновационных продуктов могут быть созданы в результате системного сотрудничества малого промышленного предприятия с профильными научными организациями и вузами, в том числе с использованием возможностей, предоставляемых в рамках государственных программ поддержки научноисследовательской деятельности (гранты Фонда содействия инновациям, Российского научного фонда, Программы «Приоритет-2030» Министерства науки и высшего образования РФ).

Наконец, существенной для предприятия выступает проблема финансового обеспечения инновационных проектов, поскольку значительные затраты, как правило, требуются на всех стадиях их реализации. Важным для обеспечения конкурентоспособности разрабатываемого продукта имеет способность предприятия привлекать внешнее финансирование (на выгодных условиях), поскольку это позволяет, прежде всего, сократить сроки реализации инновационного проекта и получить компании преимущество на рынке, предложив покупателям востребованный товар с уникальными потребительскими характеристиками. В этой связи, предприятиям целесообразно организовать существующие возможности, предоставляемые различными институтами финансовой поддержки бизнеса (льготное кредитование по программам Корпорации МСП и Фонда развития промышленности, субсидии Министерства промышленности и торговли РФ, гранты Фонда содействия инновациям, Центра поддержки инжиниринга и инноваций, региональные программы поддержки МСП и т.д.).

Таким образом, малые промышленные предприятия в России в настоящее время характеризуются низким уровнем инновационной активности. Это обусловлено не только экономическими причинами, но и недостатком у предприятий специализированного методического инструментария управления инновационной деятельностью, учитывающего актуальные условия предпринимательской деятельности. В этих условиях целесообразным представляется широкое применение проектного метода как оптимального подхода к организации инновационной деятельности малых промышленных предприятий. Для успешной реализации инновационных проектов предприятиям следует ориентироваться на реальные потребности крупных потребителей продукции производственно-технического назначения, развивать системное взаимодействие с вузами и научно-исследовательскими учреждениями, а также использовать возможности, предоставляемые в рамках государственных и корпоративных программ поддержки инноваций, импортозамещения и развития малого бизнеса.

#### Список источников

- 1. Данные портала Федеральной службы государственной статистики. Раздел. «Наука, инновации и технологии». Подраздел «Сведения об инновационной деятельности малого предприятия (итоги статнаблюдения по форме № 2мп-инновация). Блок «Основные показатели деятельности малых предприятий, осуществлявших инновационную деятельность (по видам экономической деятельности)». Таблица 1. «Уровень инновационной активности малых предприятий» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/science (18.02.2024).
- 2. Рассчитано по данным портала Федеральной службы государственной статистики. Раздел «Наука, инновации и технологии». Подраздел «Сведения об инновационной деятельности организации (итоги статнаблюдения по форме № 4-инновации). Таблица 7.3-пром (Группировка) [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/science (18.02.2024).
- 3. Данные портала Корпорации МСП [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://corpmsp.ru (20.02.2024).

# **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

УДК 2964

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ, ЕЕ КАДРОВЫЕ АСПЕКТЫ

#### ТЫЛ ЕЛИЗАВЕТА СТАНИСЛАВОВНА

Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС, СЗИУ РАНХиГС

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы экономической безопасности машиностроительного предприятия с учетом особенностей производства этого сектора промышленности. Экономическая безопасность машиностроительного предприятия является одной из важнейших составляющих успешного ведения бизнеса. В условиях современной динамичной экономики и жесткой конкуренции, обеспечение качественного кадрового потенциала играет ключевую роль в вопросах экономической безопасности в этой отрасли.

Ключевые слова: экономическая безопасность, машиностроительные предприятия, кадровый потенциал, высококвалифицированный персонал.

#### ECONOMIC SECURITY AT A MACHINE-BUILDING ENTERPRISE, ITS PERSONNEL ASPECTS

#### Rear Elizaveta Stanislavovna

**Annotation.** The article discusses the issues of economic security of a machine-building enterprise, taking into account the peculiarities of production in this industry sector. The economic security of a machine-building enterprise is one of the most important components of a successful business. In today's dynamic economy and fierce competition, ensuring high-quality human resources plays a key role in economic security issues in this industry.

**Key words:** economic security, machine-building enterprises, human resources, highly qualified personnel.

Машиностроительные предприятия являются ключевыми игроками в экономике многих стран. Они выпускают различные типы оборудования и машин, которые эффективно поддерживают производственные процессы в различных отраслях. В структуре компонентов производства внутреннего валового продукта (ВВП) Российской Федерации по итогам 2022 года предприятия этой отрасли занимали наибольшую долю - 14,4%, однако данный показатель не соответствует пороговому значению 20%, [1] определенному Стратегией экономической безопасности РФ на период до 2030 года. Отраслевой состав машиностроительного комплекса очень разнообразен (рис.1).

Важным аспектом работы таких предприятий является экономическая безопасность, которая олицетворяет минимизацию рисков и максимизацию прибыли.

Одним из критических факторов, определяющих экономическую безопасность на машиностроительном предприятии, является правильный подход к формированию кадровой стратегии. Управление персоналом играет важную роль в обеспечении успешной работы предприятия и его конкурентоспособности. Машиностроение становится основой в деле формирования высокотехнологичной, конкурентоспособной промышленности России, но достижение поставленной цели не представляется возмож-

ным без развития научных исследований, внедрения новых технологий, повышения качества трудовых ресурсов.



Рис. 1. Отраслевой состав предприятий машиностроительного комплекса

Первый аспект, который следует рассмотреть в кадровой стратегии машиностроительного предприятия, - это рекрутинг и отбор персонала. Организация должна привлекать высококвалифицированных специалистов с опытом работы в данной отрасли. Качество и навыки сотрудников непосредственно влияют на качество и надежность производимой продукции, а также на эффективность производственных процессов. Рекрутинг и отбор должны включать в себя не только технические знания и навыки, но и оценку личности и мотивации соискателей. По экспертным оценкам, на сегодняшний день предприятия сферы машиностроения испытывают дефицит высококвалифицированных кадров, что влечет за собой снижение уровня экономической безопасности предприятия в целом. В таблице 1 представлен анализ уровня факторов, ограничивающих рост производства.

Таблица 1 Факторы, ограничивающие рост производства на машиностроительных предприятиях\*[3, с.44]

Факторы, ограничивающие рост производства на машиностроительных предприятиях [3, с.44]									
	2021				2022				
	март	июнь	сентябрь	декабрь	март	июнь	сентябрь	декабрь	
Высокий уровень налогообложения	40	39	39	39	36	34	34	34	
Неопределенность экономической ситуации	52	51	50	50	58	61	60	61	
Недостаток финансовых средств	30	30	30	29	31	31	30	30	
Недостаток квалифицированных кадров	22	23	23	23	24	25	26	26	
Изношенность и отсутствие оборудования	14	15	15	14	14	15	15	15	

<sup>\*</sup>суммарная оценка может превышать 100%, поскольку руководителями предприятий отмечалось несколько факторов, оказывающих, по их мнению, наиболее существенное влияние на рост производства

Как показывают данные таблицы, среди представленных факторов влияния на рост производства, и, как следствие, на экономическую безопасность предприятия, показатель недостатка квалифицированных кадров на машиностроительных предприятиях имеет тенденцию к росту.

Второй аспект связан с подготовкой и развитием сотрудников. Квалифицированные специалисты не только обеспечивают качество производимой продукции, но и способны адаптироваться к новым технологиям и рыночным требованиям. Поэтому машиностроительное предприятие должно инвестировать в систему обучения и развития своих сотрудников. Регулярное обучение, тренинги и программы развития помогут улучшить производственные процессы и технические навыки сотрудников. Кроме того, предприятие должно стремиться к созданию стимулирующей рабочей среды, где работники могут расти профессионально и чувствовать себя удовлетворенно.

Третий аспект, который следует учесть в кадровой стратегии, - это управление производительностью. Машиностроительные предприятия должны иметь системы, позволяющие измерять производительность сотрудников и осуществлять эффективное управление рабочими процессами. Здесь важно иметь четкие показатели оценки производительности, а также вознаграждать высокопроизводительных сотрудников.

Наконец, следует отметить значимость эффективного управления кризисными ситуациями в кадровой стратегии машиностроительного предприятия. Экономическая безопасность может быть нарушена в результате финансовых и хозяйственных проблем, изменений на рынке, потерей ключевых клиентов и др. Правильное управление кризисными ситуациями включает в себя грамотное расставление приоритетов, привлечение дополнительных ресурсов и гибкость в принятии решений.

Таким образом, кадровые аспекты экономической безопасности на машиностроительном предприятии играют важную роль в его успешной работе и развитии. Рекрутинг и отбор профессионалов, их подготовка, управление производительностью и грамотное управление кризисными ситуациями - все это существенные составляющие, которые позволяют предприятию обеспечить стабильность и рост на рынке машиностроения.

#### Список источников

- 1. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 г. № 645 (ред. от 27.02.2023) «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». // СПС «КонсультантПлюс».
- 2. Гуреева М.А. Основы экономики машиностроения: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», -2017. 208 с.
  - 3. Промышленное производство в России. 2023: Стат.сб./Росстат. П 81 M., 2023. 259 с.
- 4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] Москва, [2023]. Режим доступа: http://www.gks.ru/. (дата обращения 11.02.2024).

**УДК 33** 

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОСТОЯНИЕ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЁ ОБЕСПЕЧЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ И БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

#### ПОДДУЕВА ЭЛИНА ДЕНИСОВНА

студентка 2 курса магистратуры направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» Брянского филиала РАНХиГС

**Аннотация:** в работе рассмотрена экономическая безопасность субъектов Российской Федерации на примере двух областей (Брянской и Белгородской). Также приведены пути повышения экономической безопасности на региональном уровне, обладающие высокой адаптационной мобильностью и эффективными механизмами защиты интересов в экономической сфере.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, безопасность субъекта Российской Федерации, механизмы защиты экономической сферы, защита интересов в экономической сфере.

ECONOMIC SECURITY OF A CONSTITUENT ENTITY OF THE RUSSIAN FEDERATION: THE STATE AND WAYS TO INCREASE THE EFFECTIVENESS OF ITS PROVISION (ON THE EXAMPLE OF THE BRYANSK AND BELGOROD REGIONS)

#### Poddueva Elina Denisovna

**Abstract:** The paper considers the economic security of the subjects of the Russian Federation on the example of two regions (Bryansk and Belgorod). The ways of increasing economic security at the regional level, which have high adaptive mobility and effective mechanisms for protecting interests in the economic sphere, are also presented.

**Key words:** economic security, security of a constituent entity of the Russian Federation, mechanisms for protecting the economic sphere, protecting interests in the economic sphere.

Экономическая безопасность – многоплановое понятие. Можно выделить несколько ее уровней: международный, национальный, региональный, отраслевой, хозяйствующего субъекта, личности [6].

Категория экономической безопасности в региональном контексте, как производная от более общей категории «национальная безопасность», может быть определена как способность экономики региона противостоять деструктивному влиянию внешних социальных, политических и экономических факторов, обеспечивая при этом достойные условия существования жителей территории. При этом обязательно устойчивое экономическое развитие должно обеспечивать сочетание роста экономического благосостояния с развитием семейных ценностей и качества жизни.

Угрозы экономической безопасности субъекта Российской Федерации делятся на внешние

(внешнеэкономические и внешнеполитические) и внутренние (финансовые, экономические и социальные). Если учитывать современные реалии, сложно согласиться, что спад производства, отток инвестиций и снижение уровня жизни рассматривают как только внутренние угрозы для региона. Однако, в каждом регионе эти явления оказывают разное по силе негативное влияние, тем не менее их источники зачастую связаны с общей проблемой экономической безопасности на макроуровне (на уровне государства, федерации).

Таким образом, региональная экономическая безопасность может рассматриваться как часть национальной экономической безопасности, представляя собою защищенность экономики конкретного региона от внешних угроз.

В Стратегии социально-экономического развития Брянской области (как и в Белгородской области) не закреплено понятие экономической безопасности. Вместе с тем, особое внимание уделяется экономическим приоритетам и интересам Брянской области.

Так, раздел 2 анализируемой Стратегии посвящен приоритетам, целям и задачам социальноэкономического развития Брянской области. Одним из важных приоритетов региона определено его экономическое развитие [15].

В рамках его достижения выделяется семь основных стратегических целей.

Проанализируем каждую из них.

Первая цель посвящена формированию прогрессивного АПК. Действительно, благодаря агроклиматическому потенциалу и успешным действиям властей региона по привлечению инвестиций в данной сфере Брянская область имеет огромные преимущества по сравнению с другими регионами.

Согласно Стратегии, для формирования еще более прогрессивного АПК планируется дальнейшее развитие инфраструктуры и новых институтов научно-образовательного сопровождения и инновационного развития АПК; повышение качества продукции АПК, развитие агробиотехнологий, экологически чистых пищевых производств; развитие агропромышленного кластера, увеличение доли сельскохозяйственной продукции, перерабатываемой на территории Брянской области.

В основе экономического потенциала региона лежит приоритетное развитие сферы промышленности, расширение производственного сектора и обновление уже существующих объектов, создание высокотехнологического и конкурентоспособного оборудования.

Применительно к Брянской области необходимо отметить, что актуальность и значимость непрерывного совершенствования стимулирующих механизмов повышения экономического потенциала определены целями и задачами, отраженными в Стратегии социально- экономического развития Брянской области до 2030 года [2].

Вторая цель экономического развития Брянской области заключалась в проведении современной промышленной политики.

На протяжении последних лет Брянская область существенно опережает среднероссийский уровень и уровень ЦФО по объему промышленного производства, особенно в сфере обрабатывающего производства. Важную роль также играют предприятия по производству бумаги и бумажных изделий, прочей неметаллической минеральной продукции, химических веществ и химических продуктов, металлургическое производство и др.

Для дальнейшего развития данной сферы в анализируемой Стратегии планируется создание регионального фонда развития промышленности для поддержки ключевых инвестиционных проектов развития промышленности Брянской области; открытие оператора фонда Сколково в Брянской области, открытие региональных представительств других институтов развития в Брянской области; реализация региональных проектов в рамках национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости».

Согласно Стратегии, важной стратегической целью экономического развития Брянской области является и развитие производств глубокой переработки в области промышленности строительных материалов, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности.

Четвертая цель посвящена стимулированию предпринимательской инициативы, разработка и внедрение современных мер поддержки малого и среднего предпринимательства.

Пятой целью экономического развития является создание условий для становления Брянской области как региона, привлекательного для инвестиций, обладающего существенными конкурентными преимуществами по сравнению с соседними регионами, включая уникальный человеческий капитал, конкурентоспособный сектор исследований и разработок, инфраструктуру поддержки инвестиций и инженерную инфраструктуру.

Шестая цель заключалась в создании наилучших условий для развития экспортной деятельности в Брянской области, повышении диверсификации и глубины переработки экспортных поставок, включении ключевых предприятий Брянской области в международные производственные цепочки.

Для налаживания ситуации с экспортными поставками в Стратегии предлагается решить следующие задачи:

- 1) содействие реализации региональных проектов в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт»;
  - 2) внедрение механизмов регионального экспортного стандарта;
  - 3) усиление перспективных сфер экспортной специализации Брянской области;
  - 4) усиление роли Брянской области на мировых продовольственных рынках.

Наконец, седьмая цель экономического развития посвящена обеспечению потребностей рынка труда Брянской области в оптимально сбалансированных по количеству и качеству кадрах.

В условиях постиндустриальной трансформации и повышения конкуренции городов за творческих профессионалов все более важным становится необходимость сохранять и привлекать наиболее высококвалифицированных специалистов. В Национальном докладе «Высокотехнологичный бизнес в регионах России» показано, что Брянская область в целом относится к регионам с высокой привлекательностью для мигрантов с высшим образованием, что может способствовать привлечению этих специалистов.

Экономический потенциал Брянской области представляет собой использование возможностей и сильных сторон региона по качественному расширению и воспроизводству положительных экономических изменений, а также развитию качественных микроэкономических индикаторов [16].

Для повышения экономического потенциала нашего региона есть необходимость совершенствовать меры государственной политики по развитию экономически значимых сильных сторон региона, включая агропромышленный, природно-ресурсный, туристический и инвестиционный потенциал.

Для повышения инвестиционного потенциала Брянской области необходимо повысить конкурентоспособность сектора исследований и разработок, оптимизировать инфраструктуру поддержки инвестиций, а также стимулировать повышение предпринимательской инициативы.

Неотъемлемой частью экономического потенциала региона является потенциал малого и среднего предпринимательства. Стимулирование и популяризация малого и среднего бизнеса, расширение объектов инфраструктуры малого и среднего предпринимательства, легализация теневого бизнеса представляют основу приоритетных задач, стоящих перед Брянской областью.

Можно выделить ряд проблем, которые характерны для Белгородской области и, в частности, ее экспорта. Так, он является практически полностью сырьевым, из чего следует, что высокая добыча влечет истощение природных ресурсов, загрязнение окружающей среды, негативно влияет на торговую безопасность в будущем, а объем денежных доходов экспортеров зависит от волатильности цен на сырьевых рынках. Другие отрасли функционируют по остаточному принципу, например, легкая промышленность региона часто неконкурентоспособна даже на национальном рынке. Помимо прочего, проблемой можно считать высокую степень износа оборудования, многое эксплуатируется со времен СССР. Помимо прочего, на состояние экспорта в Белгородской области влияет неблагоприятная политическая ситуация в мире, в том числе санкции против Российской Федерации [5].

Для развития экспорта в Белгородской области и повышения ее экономического потенциала предприятиям-экспортерам нужно улучшать инвестиционную политику, совершенствовать маркетинговую стратегию, внедрять современные технологии, а также повышать качество продукции. Со стороны органов власти региона необходимы развитие существующих мер льготного кредитования, государственных гарантий и субсидий для экспортеров, а также налоговое регулирование структуры экспорта в

случае применения дифференцированных ставок таможенных пошлин для товаров с целью ограничения бесконтрольного вывоза.

На сегодняшний день деятельность государственных субъектов обеспечения экономической безопасности Брянской области направлена преимущественно на борьбу с экономическими преступлениями, которые находятся в правовой плоскости, но комплексная защита экономических интересов региона не проводится. Отсутствуют и некоторые необходимые нормативные правовые документы, которые регламентируют деятельность по обеспечению экономической безопасности Брянской области [18].

Необходимо развивать в Брянской области механизмы социальной поддержки молодых предпринимателей, особенно в сферах технологического и креативного предпринимательства. Одной из важных проблем развития креативных индустрий в нашем регионе является отсутствие нормативной правовой основы развития креативного предпринимательства.

На территории Брянской области гарантируется стабильность прав субъектов инвестиционной деятельности, а инвестиции пользуются полной безусловной защитой [1].

Белгородская область характеризуется выгодным географическим положением и привлекательна своими недрами, черноземами, экономическим и высококвалифицированным кадровым потенциалом. По ее территории проходят стратегически важные железнодорожные и автомобильные магистрали межгосударственного значения, соединяющие Москву с южными районами России, Украиной и Закавказьем.

Согласно документу, стратегической целью развития области является достижение для населения Белгородской области достойного человека качества жизни и его постоянное улучшение на основе инновационно- ориентированной экономической и социальной политики, развития наукоемких и конкурентоспособных производств с учетом геостратегических приоритетов на юго-западе Российской Федерации. Таким образом, можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность субъекта Российской Федерации заключается в способности его экономики противостоять внутренним и внешним угрозам, предотвращать их, обеспечивать эффективное функционирование региона и высокое качество жизни его населения.

Для достижения данной цели в Стратегии было сформулировано три приоритетных стратегических направления развития Белгородской области:

- 1) обеспечение конкурентоспособности экономики региона за счет перехода к инновационному социально ориентированному типу развития в условиях глобализации российской экономики;
- 2) становление благоприятной социальной среды и создание условий для эффективной реализации человеческого потенциала и обеспечения качества жизни населения на основе динамичного развития экономики региона;
- 3) формирование институциональной среды, индуцирующей инновационную активность и привлечение капитала в экономику и социальную сферу.

Проанализировав цели и задачи обеспечения экономической безопасности региона в контексте Стратегий социально-экономического развития Брянской и Белгородской областей, мы можем сделать следующие выводы:

- 1. Ни в одной из Стратегий не закреплены понятие и принципы обеспечения региональной экономической безопасности как фактора социально-экономического развития региона в целом.
- 2. В Стратегиях как Брянской, так и Белгородской областей уделяется значительное внимание развитию сельского хозяйства, промышленного производства и повышения инвестиционной привлекательности. Для укрупнения АПК в Брянской области планируется сделать акцент на развитии инфраструктуры и новых институтов научно-образовательного сопровождения и инновационного развития АПК. Развивать сферу промышленного производства предлагается за счет поддержки ключевых инвестиционных проектов развития промышленности Брянской области.
- 3. В Стратегиях как Брянской, так и Белгородской областей признается необходимость развития государственно-частного партнерства и совершенствования механизмов обратной связи между властью и бизнесом с формированием рыночных институтов как залога обеспечения экономической безопасности регионов.

4. В Стратегии социально-экономического развития Белгородской области предлагается сконцентрироваться на развитии сильных сторон региона, таких как сферы малого и среднего бизнеса, а также внешнеторговой деятельности.

Состояние обеспечения экономической безопасности в Брянской и Белгородской областях в разрезе основных социально-экономических показателей в последние годы:

- 1. В Брянской области агропромышленный сектор более развит, чем в Белгородской области, что помогает региону поддерживать положительную динамику объёма инвестиций в основной капитал. Тем не менее, Брянская область имеет более низкий инвестиционный потенциал, чем Белгородская область.
- 2. Белгородская область характеризируется высокоразвитой сферой малого и среднего бизнеса, что подтверждается высоким рейтингом в ЦФО по обороту продукции (услуг), производимой малыми предприятиями Белгородской области. Брянская область значительно уступает Белгородской области по данному показателю, хотя с каждым годом увеличивает долю сферы обрабатывающих производств.
- 3. Внешнеэкономическая деятельность предприятий и организаций Белгородской области характеризуется активной положительной динамикой и является одним из важных факторов, способствующих экономическому росту и развитию региона.
- 4. Как в Брянской, так и в Белгородской области наблюдается устойчивая тенденция повышения таких показателей, как ВРП, объем отгруженных товаров собственного производства, объема инвестиций в основной капитал на душу населения, причем в Белгородской области данные показатели значительно выше. Кроме того, в обоих регионах наблюдается повышение уровня безработицы трудоспособного населения, вместе с тем, в сравнении со значением среднероссийского показателя в регионах наблюдается стабильно невысокий уровень безработицы.
- 5. И в Брянской, и в Белгородской областях наблюдается устойчивая тенденция к сокращению численности населения, что может быть обусловлено миграционным оттоком населения вследствие роста безработицы в регионе.
- 6. Положительная динамика значений большинства социально-экономических показателей регионов свидетельствуют о больших перспективах экономического развития и высокой экономической безопасности как Брянской, так и Белгородской областей.

В целях минимизации указанных угроз, а также расширения конкурентных преимуществ экономики региона можно предложить следующие направления совершенствования эффективности экономической безопасности:

- сосредоточенность на промышленном секторе производства и дальнейшем развитии АПК как драйверах для роста экономики;
- автоматизация и интеллектуализация производственных систем, т.е. развитие компьютерного инжиниринга;
  - обеспечение развития стартапов и технологического предпринимательства;
  - определение перечня стратегически важных технологий с целью их разработки.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность субъекта Российской Федерации заключается в способности его экономики противостоять внутренним и внешним угрозам, предотвращать их, обеспечивать эффективное функционирование региона и высокое качество жизни его населения.

При этом фундаментальными угрозами экономической безопасности региона являются снижение потенциала ресурсно-производственной сферы, рост социальной напряженности и ухудшение финансового благополучия. Так, региональным властям Брянской области следует уделять больше внимания формированию условий для роста уровня экономической безопасности.

#### Список источников

1. Закон Брянской области от 09.06.2015 № 41-3 «Об инвестиционной деятельности в Брянской области» // Информационно-правовой портал https://base.garant.ru/24335296/.

- 2. Постановление Правительства Брянской области от 26 августа 2019 г. № 398-п «Стратегии социально-экономического развития Брянской области на период до 2030 года. Режим доступа: http://old.bryanskobl.ru/region/law/view.php?id=19049&type=26
- 3. Адаменко, А. А. К вопросу о приоритетных направлениях совершенствования региональной экономической политики / А. А. Адаменко, Д. Ш. Мусостова, М. В. Маничкина // Естественногуманитарные исследования. 2021. № 37(5). С. 10-14.
- 4. Беспалова О. В., Беспалов Р. А. Инвестиционная привлекательность Брянского региона в современных условиях // РППЭ. 2015. №11 (61). С. 112-116.
- 5. Владыка М. В., Горбунова Е. И., Лесунова А. Е. Влияние экспортного потенциала на внешнеэкономическую деятельность Белгородской области // Научный результат. Экономические исследования. 2022. №1. С. 12-24.
- 6. Гагарина Г. Ю., Архипова Л. С. Экономическая безопасность регионов: Учебное пособие. М.: Кнорус, 2022. 232 с.
- 7. Клименков Ф. И., Мишанова Е. В., Клименкова И. Н. Развитие аграрного сектора АПК Брянской области за 2018-2021 г.г. // Столыпинский вестник. 2022. №1. С. 93-104.
- 8. Коноваленко С. А., Гаджиев Н. Г., Доронин А. В. Экономическая безопасность: / С. А. Коваленко. М.: ИНФРА-М, 2024. 526 с.
- 9. Кораблева А.А Финансовые аспекты механизма обеспечения экономической безопасности региона // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. №4 (38). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/
- 10. Корнилов М. Я., Юшин И. В. Экономическая безопасность Российской Федерации: учебное пособие. Изд. 3-е, перераб. и доп. / М. Я. Корнилов, И. В. Юшин. М.: Изд-во «Дело», 2018. 270 с.
- 11. Куликова, Е. С. Кадровая политика как элемент экономической безопасности региона / Е. С. Куликова // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности: Материалы III Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 19 марта 2020 года / Отв. редакторы Е.Б. Дворядкина, Г.З. Мансуров. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2020. С. 235-239.
- 12. Лёвин М. Ф. Оценка экономической безопасности Брянской области // Образование. Наука. Научные кадры. 2020. №3. С. 136-139.
- 13. Мусаева Х.М. Формирование экономической безопасности региона // Деловой вестник предпринимателя. 2021. №4 (6). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/
- 14. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: «Русский язык», 1975, с. 41. Цит .по: Корнилов М.Я., Юшин И.В. Экономическая безопасность Российской Федерации: учебное пособие. Изд. 3-е, перераб. и доп. / М.Я. Корнилов, И.В. Юшин. М.: Изд-во «Дело», 2018. 270 с.
- 15. Пивень А.Д. Формирование организационного механизма обеспечения экономической безопасности региона // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2016. Том 2 (68). № 4. С. 99-105. Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=30025806
- 16. Рахматуллоева М.У. Сущность проведения оценки уровня экономической безопасности региона // Сборник материалов IX Всероссийского молодежного научного форума «Актуальные аспекты управления и экономики в современных условиях» / БГИТУ, ООО «Новый проект». Брянск, 2017.
- 17. Руденко М.Н. Теоретические основы понятия «экономическая безопасность региона». Экономика и управление. 2018;(2):22-28. Режим доступа: https://emjume.elpub.ru/jour/article/viewFile/364/364
- 18. Струкова К. С., Гурская С. Г. Экономическая безопасность Брянской области как одного из стратегических регионов Российской Федерации // Вестник науки и образования. 2018. №3 (39). С. 105-107.
- 19. Ториков В. Е., Журавков И. А., Резунов А. А. Основные угрозы экономической безопасности Брянской области и их преодоление // Вестник ФГОУ ВПО Брянская ГСХА. 2020. №5 (81). С. 72-77.

**УДК 33** 

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ: ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА

#### ЛЕВИЦКАЯ ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА

студент

Северо-западный институт управления РАНХиГС

**Аннотация.** Статья предлагает ознакомиться с вопросами экономической безопасности арктической зоны, акцентируя внимание на их особенностях и специфике. В результате должно возникнуть понимание многогранности и специфичности данной проблематики, требующей особенного внимания и интегрированного подхода.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, арктическая зона, особое стратегическое значение, экономическая стабильность.

#### **ECONOMIC SECURITY OF THE ARCTIC ZONE: FEATURES AND SPECIFICS**

Levitskaya Julia Alekseevna

**Annotation.** The article offers to get acquainted with the issues of economic security of the Arctic zone, focusing on their features and specifics. As a result, there should be an understanding of the versatility and specificity of this issue, which requires special attention and an integrated approach.

**Key words:** economic security, Arctic zone, special strategic importance, economic stability.

В современном мире экономическая безопасность регионов стала одной из наиболее актуальных проблем. Особый интерес представляет Арктическая зона, которая в последние годы стала объектом повышенного внимания со стороны государств, бизнеса и научного сообщества. В данной статье мы рассмотрим вопросы экономической безопасности в арктической зоне и ее влияние на региональное развитие.

Арктическая зона Российской Федерации представляет собой уникальный регион, самый крупный в мире, точнее сказать, совокупность 9 регионов, входящих в ее состав, нефтегазовыми месторождениями, минеральными ресурсами и биоразнообразием (рис.1).

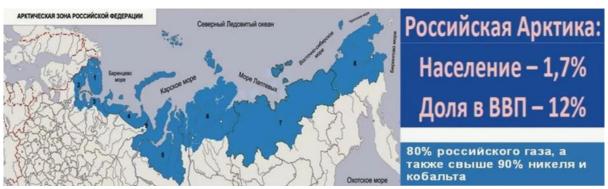


Рис. 1. Арктическая зона Российской Федерации

Богатые природные ресурсы, такие как нефть, газ, рыба и уголь, привлекают внимание множества государств и представляют потенциальный источник экономического роста. Однако, специфика этой области требует особого внимания в области экономической безопасности. Потенциал экономического развития в этом регионе огромен, однако он сопряжен с рядом вызовов и проблем, требующих комплексного подхода.

Первое, что следует отметить, это климатические условия. Арктика характеризуется низкими температурами, суровым климатом и ветрами, что создает значительные трудности для осуществления экономической деятельности. Строительство инфраструктуры, добыча ресурсов и транспортные операции представляют значительные вызовы в связи с экстремальными погодными условиями.

Вторым вопросом, который возникает при рассмотрении экономической безопасности Арктической зоны, является сохранение природной среды и биоразнообразия. Ведь эксплуатация ресурсов и развитие промышленности неизбежно оказывают влияние на экологическую обстановку. Поэтому одной из основных задач является разработка и внедрение экологически чистых технологий для добычи, переработки и транспортировки природных ресурсов. Любая экономическая деятельность должна быть осуществлена с соблюдением строгих экологических стандартов, чтобы минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и сохранить природные ресурсы для будущих поколений.

Третьим важным аспектом экономической безопасности Арктической зоны является обеспечение социально-экономического развития местных сообществ. Как правило, арктические регионы находятся вдалеке от крупных городов и центров экономической активности. Поэтому важно предоставить населению равные возможности для получения образования, развития инфраструктуры и доступа к здравоохранению.

Четвертым аспектом экономической безопасности Арктической зоны является обеспечение энергетической безопасности. Ведь регион имеет огромный потенциал для развития возобновляемых источников энергии, таких как солнечная, ветровая и гидроэнергетика. Развитие энергетической инфраструктуры позволит сократить зависимость от исчерпаемых ископаемых и снизить углеродный след.

Пятым аспектом экономической безопасности Арктической зоны является обеспечение информационной безопасности. В современном мире информация играет ключевую роль в экономическом и политическом развитии. Регион должен иметь надежные системы защиты информации и гарантировать безопасность цифрового пространства.

Одним из показателей, оказывающих влияние на внутренние факторы экономической безопасности, является объём валового регионального продукта (ВРП). ВРП — это также одна из характеристик социально-экономического развития региона и обеспечения национальной безопасности, основные из которых перечислены и расшифрованы в «Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года. Рассмотрев в динамике данный показатель, можно составить представление о тенденции состояния экономической безопасности рассматриваемого региона.

В таблице 1 представлены показатели ВРП регионов АЗРФ в динамике с 2019 по 2021 гг., млн.руб.

Динамика ВРП по субъектам, входящим в состав АЗРФ[3]

Таблица 1

Субъекты АЗРФ	2019	2020	2021
Архангельская область	558 975,4	551 144,7	649 582,9
Красноярский край	2 696 158,9	2 725 096,7	3 064 831,6
Мурманская область	616 504,1	798 450,1	1 083 779,4
Ненецкий АО	330 999,0	230 674,3	404 838,0
Республика Карелия	319 050,0	322 803,6	447 146,7
Республика Коми	718 138,7	613 266,9	857 013,0
Республика Саха (Якутия)	1 227 680,3	1 133 688,2	1 615 527,1
Чукотский АО	94 995,0	119 949,4	136 152,4
Ямало-Ненецкий АО	3 158 827,6	2 767 734,5	4 161 529,6

Согласно представленным данным, динамика ВРП положительная, незначительные колебания в 2020 году по отдельным субъектам в сторону уменьшения связаны с пандемией коронавируса и санкционного давления западных стран. Но общую и всестороннюю оценку экономической безопасности АЗРФ на основе одного показателя дать достаточно сложно, поэтому целесообразно учитывать все вышеприведенные аспекты.

Необходимо также уделять внимание экономической стабильности арктической зоны. Хрупкость экономики в данном регионе связана с нестабильными ценами на природные ресурсы, изменением внешней политики государств и глобальными экономическими сдвигами. Для обеспечения экономической безопасности необходимо развивать разнообразные отрасли экономики, укреплять финансовую устойчивость и создавать резервы для смягчения потенциальных кризисов.

В заключение отметим, что экономическая безопасность арктической зоны является сложной и многогранный проблемой, требующей интегрированного подхода. Правильное управление ресурсами, сохранение окружающей среды, развитие социально-экономической инфраструктуры и информационная безопасность являются основными аспектами обеспечения стабильного регионального развития. В целом, экономическая безопасность арктической зоны требует комплексного подхода, включающего в себя учет климатических условий, экологическую уязвимость, безопасность и стабильность. Разработка и реализация стратегических планов и мер поддержки позволят обеспечить устойчивый и безопасный экономический рост в этой важной регионе.

Только путем совместного усилия государств, бизнеса и научного сообщества можно достичь устойчивого экономического роста и экологического благополучия в арктической зоне.

#### Список источников

- 1. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 г. № 645 (ред. от 27.02.2023) «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года».
- 2. Победоносцева В.В., Победоносцева Г.М. О базовых принципах иприоритетах развития российской Арктики с учётом фактора глобализации // Наука Красноярья, 2019. Т. 8, № 5-3, 182 с. С.116-123. Счетная палата Российской Федерации официальный сайт [Электронный ресурс] URL: https://ach.gov.ru/reports/report\_2022#main (дата обращения 10.02.2024).
- 3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2023: Стат. сб. / Росстат. М., 2023. 1204 с.
- 4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] Москва, [2023]. Режим доступа: http://www.gks.ru/.(дата обращения 11.02.2024).

УДК 796/799

# ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ РФ «РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА» В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

#### МАКЕЕВ АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Научный руководитель: Белоусова Светлана Николаевна

к.э.н, доцент

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

**Аннотация.** В статье обобщенная характеристика современных тенденций обеспечения экономической безопасности в сфере социальной защиты населения РФ. Автором в статье представлены итоги реализация государственной программы РФ «Развитие физической культуры и спорта».

**Ключевые слова:** государственная программа, экономическая безопасность, физическая культура, национальная безопасность.

ASSESSMENT OF THE IMPLEMENTATION OF THE STATE PROGRAM OF THE RUSSIAN FEDERATION
"DEVELOPMENT OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS" IN ORDER TO ENSURE THE ECONOMIC
SECURITY OF THE COUNTRY

**Makeev Alexander Sergeevich** 

Scientific supervisor: Belousova Svetlana Nikolaevna

Сфера физической культуры и спорта влияет не только на здоровье и образ жизни каждого человека, но и обладает особой важностью и актуальностью в вопросах социально-экономического развития страны в целом. Невозможно переоценить значение физической культуры в решении вопросов здравоохранения. Популярность массового спорта способствуют увеличению продолжительности жизни населения, а также, немаловажному демографическому росту. Ранее, на развитие данной сферы выделялись средства, в основном, из государственного бюджета. В настоящее время для осуществления различных государственных проектов и программ в сфере физической культуры и спорта в Российской Федерации привлекают инвестиции, а также средства из внебюджетных источников[1].

Воздействие государственных программ и национальных проектов на социально- экономическое развитие государства и общества рассмотрены в трудах различных ученых и практиков.[2-4].

Государство разными способами старается поддержать деятельность спорта в России, поэтому принимаются соответствующие законопроекты и программы. Цели государственной программы РФ

«Развитие физической культуры и спорта» отражены рисунке 1.

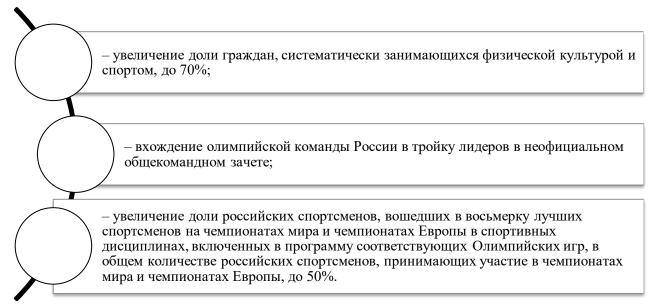


Рис. 1. Цели государственной программы Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта»

В таблице 1 нами представлена динамика запланированных и исполненных расходов по реализации программы.

Таблица 1 Денежные расходы государства на физическую культуру и спорт России за 2020-2022 гг., млрд. рублей

Показатель	2020	2021	2022	Отклонение +/-	Темп роста, %
Утверждено	81 464	78 185	83 150	1686	102,07
Исполнено	75 089	70 746	7 459	-67630	9,93
Не исполнено	6 375	7 438	75 690	69315	1187,29

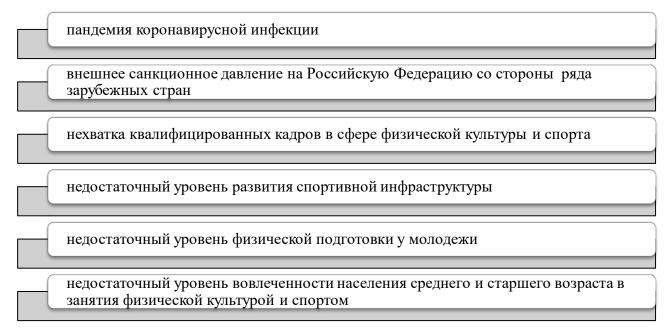
Источник: отчет Казначейства России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://spending.gov.ru/budget/fkr/11/?year=2020 (Дата обращения 09.07.2023).

Проведенный анализ показал, что уровень исполнения расходов федерального бюджета по данной программе составляет 89-92% за 2020-2021гг., в 2022г. наблюдается значительное недофинансирование.

Одной из важных проблем в развитии физкультуры и спорта в России является недостаточное финансирование. В последние годы наблюдается тенденция к увеличению финансирования, однако его размер все еще остается ниже, чем в развитых странах. Еще одной проблемой является нехватка квалифицированных кадров - не хватает тренеров, учителей физической культуры и спортивных менеджеров, что зачастую связано с низким уровнем оплаты труда и отсутствием перспектив карьерного роста.

В настоящее время, в области спорта отмечаются существенные изменения в плане уменьшения разницы в развитии между сельскими и городскими территориями.

Развитие физической культуры и спорта в нашей стране имеет важное значение для здоровья населения и национальной безопасности. Для того чтобы достичь поставленных целей, необходимо решать существующие проблемы, в том числе увеличивать финансирование, готовить квалифицированные кадры и создавать условия для массового занятия спортом.



#### Рис. 2. Ключевые проблемы в сфере физической культуры и спорта в Российской Федерации

Ключевыми вызовами для физической культуры и спорта являются:

- возросшие требования к увеличению продолжительности социально и экономически активной жизни с учетом старения населения и низкой вовлеченности в занятия физической культурой и спортом средних и старших возрастных групп;
- увеличение числа граждан, нуждающихся в оздоровлении средствами физической культуры и спорта, в том числе вследствие перенесенных заболеваний, вызванных новой коронавирусной инфекцией (COVID-19);
- возросшие требования к уровню физической подготовленности допризывной молодежи как фактору обеспечения боеготовности вооруженных сил;
- наличие региональных диспропорций в обеспеченности населения физкультурно-спортивной инфраструктурой;
- рост глобальной конкуренции в спорте высших достижений и использование нового технологического уклада, углубленных знаний, передовых цифровых технологий и лучших практик как приоритетных направлений спортивного лидерства;
- политизация спорта на международной арене и его использование для изменения геополитических ценностных приоритетов;
- недостаточная ресурсная обеспеченность сферы физической культуры и спорта, в том числе системы профессионального образования;
- сокращение реально располагаемых доходов, экономия граждан на занятиях физической культурой и спортом;
- сохранение международного давления на Российскую Федерацию в части антидопинговой политики.
- К основным рискам реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта» относятся:
- финансовые риски, связанные с возможным отсутствием необходимого финансового обеспечения мероприятий и низкой инвестиционной привлекательностью отдельных проектов и программ;
- рыночные риски, связанные в первую очередь с изменениями в структуре доходов граждан и падением спроса на услуги в сфере физической культуры и спорта;
- административные риски, связанные с недостаточной эффективностью взаимодействия между исполнителями Программы.

Помимо развития массового спорта, государство поддерживает развитие и профессионального спорта. В России существуют десятки спортивных федераций, которые объединяют профессиональных спортсменов и проводят соревнования различного уровня. Государство оказывает финансовую и организационную поддержку спортивным федерациям, а также финансирует подготовку спортсменов к Олимпийским играм и другим международным соревнованиям.

#### Список источников

- 1. В чем суть государственной программы развития физической культуры и спорта [Электронный источник]. URL: https://const-rf.ru/faq/razvitie-fizicheskoj-kultury-i-sporta.html
- 2. Арбузова, К. А. Национальные проекты как фактор обеспечения экономической безопасности [Текст] / К. А. Арбузова, С. Н. Белоусова // Актуальные вопросы налогообложения, налогового администрирования и экономической безопасности: Сборник научных статей VI-й Всероссийской научнопрактической конференции, Курск, 07 октября 2022 года / Отв. редактор Л.В. Афанасьева. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. С. 27-30.
- 3. Брусенцева Ю. А., Белоусова С. Н., Ерпулева Д. А. Влияние сферы туризма на экономическое развитие регионов// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13. № 5. С. 118-127. DOI: 10.21869/2223-1552-2023-13-5-118-127.
- 4. Бондаренко Д.А., Белоусова С.Н. Влияние пандемии 2020 года на изменение национальных целей развития РФ // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. Сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции.-Курск, 2022. С. 75-77.
- 5. Отчет Казначейства России [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://spending.gov.ru/budget/fkr/11/?year=2020 (Дата обращения 09.07.2023).

УДК 330

# ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

#### СВЕЖЕНЦЕВА АНАСТАСИЯ ИВАНОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Научный руководитель: Белоусова Светлана Николаевна

к.э.н, доцент

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

**Аннотация:** в представленной работе автором рассматриваются вопросы пространственного развития РФ в целях обеспечения экономической безопасности страны. Проведенный экономико-статистический анализ значений индикаторов показал, что вопросам поддержания и улучшения социальной сферы ДФО не уделяется должного внимания.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, социально-экономическое развитие; целевая программа; дальневосточный федеральный округ; валовый региональный продукт.

# GOVERNMENT REGULATION TERRITORIAL DEVELOPMENT IN ORDER TO ENSURE THE ECONOMIC SECURITY OF THE COUNTRY

#### Svezhentseva Anastasia Ivanovna

Scientific supervisor: Belousova Svetlana Nikolaevna

**Abstract:** In the presented work, the author examines the key aspects of the implementation of the state program of the Russian Federation "Socio-economic development of the Far Eastern Federal District" in order to ensure the economic security of the country. The conducted economic and statistical analysis of the values of the indicators showed that the issues of maintaining and improving the social sphere of the Far Eastern Federal District are not given due attention.

**Key words:** economic security, socio-economic development; target program; Far Eastern Federal District; gross regional product.

Экономическая безопасность государства — это сложная и многоуровневая структура, которая обеспечивает защиту экономических интересов и стабильность функционирования страны. Идея создания территорий опережающего социально-экономического развития была озвучена в декабре 2013г. в послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию. Ввиду наличия особенностей различают ТСЭР создаваемые на Дальнем Востоке; на территориях моногородов и на территориях ЗАТО.

Основными целями развития ДФО являются: повышение уровня социально-экономического развития округа; обеспечение потребности в трудовых ресурсах и закрепление населения повышение качества жизни граждан. Отраслевая структура экономики Дальневосточного федерального округа представлена в таблице 1.

Таблица 1 Отраслевая структура Дальневосточного федерального округа за 2018-2022гг.

	1001-110-0		the Habes 12		1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0		
Отрасль экономики	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2018	
	2010	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Γ	Іромышле	нное произ	зводство				
Объем отгруженных товаров, млрд							
руб.							
-добыча полезных ископаемых	2332,7	2484,6	2038,1	2830,6	3308,6	975,9	141,8
-обрабатывающие производства	799,6	918,8	11271,6	1526,1	1431,8	632,2	179,1
-обеспечение электрической	347,6	361,6	381,3	413,6	428,5	80,9	123,3
энергией, газом и паром;							
-водоснабжение; водоотведение.	34,8	38,6	43,6	47,2	54,7	19,9	157,2
	Сельс	кое хозяйс	тво				
Объем производства продукции	194,9	198,2	207,3	257,6	321,3	126,4	164,9
сельского хозяйства, млрд рублей	134,3	130,2	201,0	201,0	021,0	120,4	104,5
	Стр	оительств	0				
Объем работ, выполненных по виду							
деятельности «Строительство»,	537,0	609,9	807,5	840,9	1058,9	521,9	197,2
млрд руб.							

Источник: составлено автором на основе https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/dalnevost\_fo\_4k-22.pdf

Основной отраслью, на долю которой приходится 63,3% продукции, является добыча полезных ископаемых. Обрабатывающие отрасли в структуре промышленного производства ДФО занимают 27,4%, обеспечение электрической энергией, газом и паром – 8,2%, водоснабжение и водоотведение – 1,1%.



Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал Дальневосточного федерального округа за период 2018-2022 гг., млн. руб.

Для привлечения инвестиций и обеспечения благоприятных условий для долгосрочного роста капитала организаций, находящихся на этих территориях, вводятся налоговые преференции [3, c.77].

Исследования ученых и практиков затрагивают вопросы о воздействии налоговых льгот и преференций на экономическое и социальное развитие регионов РФ [4-5].

Динамика инвестиций в основной капитал Дальневосточного федерального округа за период 2018-2022 гг. представлена на рисунке 1.

Из рисунка 1 видно, что привлекательность инвестиций в федеральном округе увеличилась, так на период с 1 января 2018 по 1 января 2022 г. объем инвестированных средств вырос на 652721 млн. руб. (50,6%).

С помощью SWOT-анализа нами были определены основные ограничения и возможности для ускоренного развития, что представлено в таблице 2.

Таблица 2 SWOT-анализ социально-экономического развития Дальневосточного федерального округа

SWOT-анализ социально-экономического развития Дальневосточного федерального округа							
Показатели	Сильные стороны: S	Слабые стороны: W					
	– выход в мировой океан;	– низкий уровень благосостояния					
	– наличие нетронутых экологически	населения;					
	чистых территорий;	<ul> <li>недостаточная транспортная</li> </ul>					
	<ul> <li>изобилие природных ресурсов,</li> </ul>	инфраструктура;					
	включающее в себя биологические,	– суровый климат;					
	гидроэнергетические и минерально-	<ul> <li>нехватка трудовых мест;</li> </ul>					
	сырьевые ресурсы;	-невысокая конкурентоспособность;					
	<ul> <li>высокий уровень высшего</li> </ul>	- проблемы окружающей среды, в з					
	образования среди населения;	начительной степени обусловлен-					
	<ul> <li>наличие программ, которые</li> </ul>	ные неправильной структурой					
	оказывают помощь в экономиче-	промышленности в данном реги-					
	ской и социальной сферах.	оне.					
Возможности: О	SO:	WO:					
- создание специальных мер,	<ul> <li>улучшение развития отрасли</li> </ul>	- обновление и ремонт дорог;					
направленных на поддержку	рыболовства;	- улучшение инфраструктуры для					
экономического и бизнес развития в	- финансирование программы	производства, транспортировки и					
Дальневосточном федеральном	развития туристической индустрии;	социальных нужд;					
округе;	- использование преимуществ	- повышение стоимости					
- в регионах с привлекательной	транспортного положения региона;	энергоресурсов и тарифов на					
экологией развивать туризм;	- поиск новых месторождений	транспорт [3, с. 154].					
– повышение цен на ценные ресур-	полезных ископаемых;						
сы;	- добыча необычных видов полез-						
– снижение издержек продукции в	ных ископаемых.						
экономике Дальнего Востока.							
Угрозы: Т	ST:	WT:					
- отток квалифицированных	- поддержка и стимулирование ро-	- повышение заработной платы					
специалистов;	ста малых предприятий;	через конкуренцию на рынке труда;					
- кризис с населением;	- развитие инновационной сферы,	- обеспечение здоровья;					
- истощение известных запасов	укрепление высшего образования и	- увеличение финансирования в					
полезных ископаемых;	научного потенциала;	сфере добычи полезных ископае-					
- сокращение или отмена льгот и	- защита прав на северные льготы	мых.					
доплат для жителей северных	в государственных органах;						
регионов;	- разработка экологической про-						
- падение мировых цен на	граммы для защиты окружающей						
энергоресурсы.	среды.						

Таким образом, основными проблемами ДФО являются: низкая плотность населения, высокая подвижность населения, ограниченный потенциал для инноваций, несовершенная транспортная инфраструктура, неравномерное развитие промышленности и удаленность от центральных регионов России.

Дальнейшее прогрессирование Дальнего Востока зависит от осуществляемых мероприятий, поэтому улучшение инфраструктуры и деловых условий приведет к привлечению дополнительных инвестиций, что в свою очередь способствует интеграции региона. Принимаемые государством меры нацелены на развитие всех отраслей в регионе, следовательно, перспективы Дальнего Востока обширны, главное сохранять устоявшуюся положительную динамику.

#### Список источников

- 1. Государственная программа «Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа» [Электр. ресурс] // Сайт Правительства РФ. URL. http://government.ru/docs/all/121421/.
- 2. Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://programs.gov.ru/Portal/program/34/passport.
- 3. Ткачева Т.Ю. Налоговые льготы: теория и практика оценки их эффективности [Текст]: монография / Т.Ю. Ткачева, Л.В. Афанасьева, С.Н. Белоусова. Курск, 2019. 114 с.
- 4. Белоусова, С.Н. Национальные проекты как фактор обеспечения экономической безопасности [Текст]: учебное пособие / С.Н. Белоусова, К.А. Белоусова; Актуальные вопросы налогообложения, налогового администрирования и экономической безопасности. Курск, 2022. С. 27-30.
- 5. Белоусова С.Н., Ткачева Т.Ю. Методические и практические аспекты оценки эффективности налоговых льгот и преференций [Текст] / Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2020. -Т. 10. № 1. С. 152-159.

© А.И. Свеженцева, 2024

УДК 330

# ДИАГНОСТИКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

### ВАЙС МИЛАНА ЕВГЕНЬЕВНА

стулентка

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Высшая школа экономики и бизнеса, Специальность «Экономическая безопасность»

#### Научный руководитель: Волкова Катерина Сергеевна

ассистент кафедры политической экономии и истории экономической науки Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

**Аннотация**: в данной статье рассмотрена необходимость в диагностике уровня экономической безопасности Татарстана с целью дальнейшего обеспечения комплексного экономического развития Российской Федерации. Очевидно, что экономическая безопасность региона является одной из важнейших элементов Национальной экономики страны, то важность выбранной темы объясняется надобностью выявления угроз региона и возможностью противодействовать внутренним и внешним угрозам. **Ключевые слова**: уровень экономической безопасности, пороговые значения, показатели экономики, выявление угроз региона, процессы в экономике.

# DIAGNOSIS OF THE LEVEL OF ECONOMIC SECURITY REGION (USING THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

Vais Milana Evgenievna

Scientific supervisor: Volkova Katerina Sergeevna

**Abstract**: This article considers the need to diagnose the level of economic security of Tatarstan in order to further ensure the integrated economic development of the Russian Federation. Obviously, the economic security of the region is one of the most important elements of the National economy of the country, the importance of the chosen topic is explained by the need to identify threats to the region and the ability to counter internal and external threats.

**Key words**: level of economic security, threshold values, economic indicators, identification of threats in the region, processes in the economy.

Понимание теоретических и нормативно-правовых основ в сфере обеспечения экономической безопасности региона является одним из важнейших этапов при проведении его комплексной диагностики.

Под сущностью экономической безопасности понимают способность и возможность его экономики улучшать показатели жизни населения, достигать социально-экономической стабильности и противодействовать внешним и внутренним угрозам. [1]

В свою очередь, экономическая безопасность Татарстана – это совокупность мер и средств, реализуемых для обеспечения устойчивого развития экономики республики, защиты ее от внешних и внутренних угроз, а также поддержание благоприятных условий для жизнедеятельности населения. С одной стороны, является элементом системы национальной экономической безопасности, но с другой сильно зависит от общенациональной экономической безопасности и влияет на нее. Дестабилизация региона приводит к дестабилизирующей обстановке РФ.

Татарстан отличается высокой степенью диверсификации экономики, развитой инфраструктурой, высоким уровнем социальной защиты населения и является важнейшим экономическим центром, поэтому своевременное выявление его экономических угроз способно обеспечить развитее Национальной экономической безопасности РФ. [2]

В настоящее время в экономической науке существует большое количество подходов к составу показателей экономической безопасности и до сих пор не сформировалось единого мнения по поводу того, какими показателями нужно пользоваться, какие пороговые значения этих показателей будут характеризовать кризисные процессы в экономике.

Поскольку многообразие существующих методик по оценке экономической безопасности не позволяют получать однозначные результаты, то для каждого региона они могут быть свои и для них характерен набор определенных показателей с соответствующими пороговыми значениями, что вызывает определённые сложности при оценке уровня экономической безопасности самого региона [3].

Различными учеными при оценки экономической безопасности страны сравниваются пороговые значения, такие значения предложены учеными как С. Глазьевым и В. Сенчаговым. [4]

В рамках данной статьи рассмотрим некоторые показатели экономической безопасности на мезо (региональном) уровне на примере Республики Татарстан с помощью индикаторов экономической безопасности региона.

Все исходные данные для расчетов представлены согласно данным сайта Росстат и Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан за период 2018-2022 гг. [6,7]

Рассмотрим некоторые из предложенных учеными показатели индикаторов экономической безопасности на примере региона Республики Татарстан (табл.1).

Таблица 1 Показатели индикаторов экономической безопасности по Республике Татарстан

		•				
Индикатор	Пороговое	2018	2019	2020	2021	2022
	значение					
Объем ВРП на душу населения, %	50	25,67	25,64	25,62	25,67	25,73
Инвестиции, % от ВРП	25	32,91	29,79	25,95	21,67	25,94
Расходы НИОКР, % от ВРП	2	0,92	0,85	0,78	0,80	0,8
Доля людей с доходами ниже	7	7,20	7,10	6.90	6,60	6,20
прожиточного минимума, %		1,20	7,10	0,90	0,00	0,20
Продолжительность жизни,	70	74,2	74,35	75,03	72,61	71,28
количество лет	не менее	14,2	74,55	75,05	12,01	71,20
Уровень преступности (количество	5000	1170,58	1278,34	1379,89	1333,63	1342,86
преступлений на 100 тыс. чел.	не более					
населения)						
Уровень безработицы, %	7	3,30	3,30	3,30	3,60	2,60

Объем ВРП на душу населения показывает стоимость всех товаров и услуг, которые произвели в конкретном регионе в расчете на одного жителя в Республике Татарстан, он является важнейшим индикатором, характеризующим уровень экономического развития региона и на 2022 год показывает незначительное увеличение 25,73%, что ниже порогового значения.

Показывает позитивную динамику уровень безработицы, по сравнению с предыдущими периодами заметное снижение от 3,3% на 2018 год до 2,6% на 2022 год (меньше порогового значения). Объем ВРП на душу населения на 2018 год составил 25,67 %, тогда как на 2022 год прослеживается не-

большое увеличение до 25,73%, но меньше порогового значения.

По статистическим данным продолжительность жизни на 2022 год снизилась и составила 71,28 лет по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, что составляло 74,2% и тем не менее эти показатели выше порогового значения, что тоже позитивно.

Достижение высокого уровня экономического и социального развития общества выводит в число важнейших приоритетов необходимость активизации инвестиционной деятельности, осуществляемой субъектами хозяйственной системы. Исследование инвестиций с позиции воспроизводственного подхода отражает их значимость в достижении макроэкономической стабилизации и экономического роста.

Таким образом было установлено, что инвестиции в основной капитал оказывают сильное прямое воздействие на величину ВРП, составляя 25,94% валового регионального продукта на 2022 год. Следует отметить, что не смотря на снижение данного показателя по сравнению с аналогичным периодом на 2018 год в 32,1%, показатели на 2022 год выше его порогового значения. Все это говорит об эффективности вложений ресурсов в проекты.

В ходе анализа уровня экономической безопасности Республики Татарстан было выявлено, что не все индикаторы, представленные в таблице 1 входили в границы пороговых значений.

Экономическая безопасность региона представляет собой сложное и многогранное явление, требующее всестороннего исследования различных сфер региональной экономики, что обусловливает необходимость обоснования системы показателей безопасности.

Проведенный анализ нормированных показателей индикаторов ЭБ позволит выявить точки повышенного риска в каждой сфере экономики региона. При отрицательных значениях возникает угроза нарушения равновесия и развития составных элементов региональной системы с последующим наступлением кризисных явлений.

Социально-экономическое развитие регионов также является одним из ключевых факторов, взаимосвязанных с тенденциями развития страны и относящихся к стратегическим национальным приоритетам и является основной функцией органов власти региона в период постоянных структурных изменений или кризисного состояния.

Как уже отмечалось ранее на уровне государства разработана единая Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года, содержащая перечень показателей, имеющих первоочередное значение при оценке состояния экономической безопасности страны. [5]

Среди этих показателей имеются и те, которые могут быть применены и при оценке состояния экономической Республики Татарстан. Рассматривают их, как правило, в динамике, что позволяет помимо угроз экономической безопасности, также выявить и тенденции развития экономики региона.

Следует отметить, что, несомненно, негативное воздействие на все социально-экономические показатели оказали события, связанные с коронавирусной инфекцией. И тем не менее республике удалось сохранить устойчивые позиции в Приволжском федеральном округе.

Исходя из этого ВРП с 2018 года по 2022 год постепенно увеличивается и составил 2634,0 млрд.руб. Валовый региональный продукт РТ на 2022 год составил 2634 млрд. руб., что на 5,79% ниже чем годом ранее. Такая тенденция свидетельствует об экономическом росте региона, что, несомненно, является положительным моментом. Экономический рост, как результирующая развития экономики региона измеряется темпами увеличения валового внутреннего продукта. Такие показатели отражают способность экономики региона стабильно справляться с возникающими внешними и внутренними угрозами.

Среднедушевые доходы жителей Татарстана на 2022 год составили 46,8 тыс. руб. в месяц. Это на 15,5% больше, чем в 2021 году. Тогда средний доход в республике достигал 39,761 тыс. руб. Однако с учетом роста цен на товары и услуги реальные доходы граждан в Татарстане выросли на 2,1%. В то же время в целом по России реальные доходы населения сократились на 1,4%. По итогам 2022 года средний ежемесячный доход жителя страны составил 45,27 тыс. руб.

В 2022 года на развитие экономики, включая социальную сферу, в Республике Татарстан использовано инвестиций в основной капитал в сумме 683,3 млрд. рублей, что составляет 112,8% к уровню 2021 года в сопоставимых ценах. Объем инвестиций в основной капитал за исключением бюджетных

средств всех уровней составил 9784,4 млрд. рублей, или 105,98% к 2021.

Таблица 2

Темпы роста (снижения) основных социально-экономических (стоимостные показатели приведены в сопоставимых ценах) [7]

	Численность	Реальные	Реальные	Реальная	Валовой	Инвестиции	Промышленное
	населения	денежные	потребительские	начисленная	региональный	в основной	производство
	на 1 января	доходы	расходы	заработная плата	продукт	капитал	
		населения	населения	работников			
				организаций			
2018	100,2	94,9	102,1	104,0	101,0	99,3	101,8
2019	100,1	101,7	104,4	106,2	101,6	96,5	102,1
2020	100,1	101,8	100,5	102,2	102,1	96,3	102,4
2021	99,8	96,7	91,5	103,1	102,8	91,1	96,6
2022	99,8	103,7	108,6	107,7	96,9	105,5	108,9

Прослеживается положительная динамика по всем показателям объемов обрабатывающего производства на 2022 год она составила 2871 млрд.руб. и составило увеличение на 146,9%, по добыче полезных ископаемых 1012,9 млрд.руб., составило 176% и продукции сельского хозяйства 248,8 млрд.руб. на 94,14%.

В 2022 году количество жителей Татарстана «с денежными доходами ниже границы бедности» составило 5% от общей численности населения региона. Такие данные представил Татарстанстат. Таким образом, доходы ниже прожиточного минимума (12,2 тыс. руб.) получали в прошлом году примерно 200 тыс. человек. По данным статистики, в 2021 году за «границей бедности» находились 6,2% жителей это около 240 тыс. человек. Таким образом, всего за год число бедных в регионе могло сократиться почти на 20%.

Средняя заработная плата в республике в 2022 году достигла 50,3 тыс. руб. Инфляция в Татарстане в 2022 году, по официальным данным ЦБ, достигла 11,4%. Несмотря на проведение специальной военной операции (СВО) России на Украине, экономика Татарстана выросла на 6%. Валовый региональный продукт составил 3,865 трлн руб.

Согласно официальной статистик по Республике Татарстан в III квартале 2022г. было обследовано 11,1 тыс. предприятий и организаций. Принято на работу 105,8 тыс. человек (11,1% от списочной численности), из них 6 тыс. человек приняты на дополнительно введенные рабочие места. Выбыло по различным причинам 107,6 тыс. человек, или 11,3% от списочной численности персонала. Из общего числа выбывших 82,9% уволились по собственному желанию, 6,6% — по соглашению сторон, 0,3% — в связи с сокращением численности работников и 10,2% — по другим причинам. В третьем квартале 2022г. выбытие работников превысило прием на 1,7%.

Среднемесячная заработная плата, начисленная работникам предприятий и организаций, включая субъекты малого предпринимательства, в январе-сентябре 2022г. составила 50125,7 рубля и возросла на 16,7% по сравнению с соответствующим периодом 2021г. Реальная заработная плата (рассчитанная с учетом индекса потребительских цен и тарифов на товары и услуги) работников предприятий и организаций, включая субъекты малого предпринимательства, в январе-сентябре 2022г. составила 101,7% к соответствующему периоду 2021г.

В рейтинг регионов по доступности приобретения жилья в 2022 году Татарстан занимает 67-ю строчку, а по средней стоимости жилья республика заняла восьмую строчку. Что свидетельствует об отрицательной динамике среди всех регионов Российской Федерации.

Объем денежных доходов населения в 2022 году сложился в размере 1523740,3 млн. рублей, что выше по сравнению с 2021 годом и они составили 1311761,3 млн. рублей.

Регулярно в республике с 2005 года проводится Конкурс «Пятьдесят лучших инновационных идей для Республики Татарстан», несомненно огромное значение уделяется инновационной политике. Организаторами являются конкурса являются Инвестиционно-венчурный фонд РТ, Академия наук РТ и Министерство образования и науки РТ.

Следует отметить, что в 2022 году в бюджет республики мобилизовано налоговых и неналоговых доходов на сумму 366,6 млрд рублей, или 101,9 % от плановых показателей, что на 86,4 млрд рублей, или на 30,8 %, больше показателей 2021 года, а из федерального бюджета и иных источников привлечено 86,1 млрд рублей.

Внутренние затраты на научные исследования и разработки по Республике Татарстан показывают заметный рост в 2021году и составил 22452,5 млрд.руб, что почти в 1,2 раза превышает предыдущий период.

Проведенные расчеты позволяют сделать вывод, что экономика Республики Татарстан в целом развивается в соответствии с общероссийскими тенденциями.

В результате анализа выделены сферы экономики региона, на которые стоит обратить внимание, из-за отрицательных значений нормированных показателей, которые являются отражением появления кризисных ситуаций. Также выявлены слабые стороны, «точки риска», которые формируют различные реальные и потенциальные угрозы экономической безопасности области. [7]

Для укрепления экономической безопасности региона во всех отраслях экономики должно способствовать совершенствование государственного регулирования экономического роста путем разработки концептуальных и программных документов межрегионального и территориального планирования, создания комплексной системы контроля над рисками.

#### Список источников

- 1. Федеральный закон от 28.12.2010 г. № 390-Ф3 «О безопасности».
- 2. Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации.
- 3. Закон Республики Татарстан «Об утверждении стратегии социально-экономического Развития Республики Татарстан до 2030 года» от 10.06.2015 г. (в редакции от 05.04.2019 n 31-зрт, от 25.12.2019 n 112-зрт).
- 4. В.К. Сенчагов. Экономическая безопасность России: Общий курс: Учебник / Под ред.. 2-е изд. М.: Дело, 2005. 896 с.
- 5. Стратегия экономической безопасности РФ на период до 2030 (утверждена Указом Президента РФ 13.05.2017 № 208).
- 6. Федеральная служба государственной статистики https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204.
- 7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан https://16.rosstat.gov.ru/.

© М.Е. Вайс, 2024

# МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЗКОНОМИКЕ

УДК 004.58

# ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ И СХЕМЫ СИСТЕМЫ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ

### ВОРОБЬЕВ РОМАН МИХАЙЛОВИЧ,

магистр

# ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ, ВОЛКОВ ВЛАДИСЛАВ ЮРЬЕВИЧ

к.т.н., доценты ОЧУВО «Московский инновационный университет», г. Москва

**Аннотация:** организационная структура команды служит важной составляющей для её успешной и эффективной деятельности и решения производственных задач, поставленных перед ней руководством компании. В данной статье проводится анализ подходов к моделям и схемам, определяющим особенности распределения ролей и задач внутри команды, а также ответственности, взаимосвязей и коммуникации.

**Ключевые слова:** команда, структура, управление, организация, эффективность, работа, сотрудники, система.

#### ORGANIZATIONAL MODELS AND SCHEMES OF THE TEAMWORK SYSTEM

Vorobyov Roman Mikhailovich, Popov Sergey Anatolyevich, Volkov Vladislav Yurievich

**Abstract**: The organizational structure of the team serves as an important component for its successful and efficient operation and the solution of production tasks assigned to it by the company's management. This article analyzes approaches to models and schemes that determine the specifics of the distribution of roles and tasks within a team, as well as responsibilities, relationships and communication.

**Key words:** team, structure, management, organization, efficiency, work, employees, system.

Актуальность представленной проблематики определяется зависимостью степени экономической и организационной эффективности хозяйствующих субъектов от организационной структуры команд.

Правильно выстроенная структура команды:

- 1. Обеспечивает коммуникацию между её членами.
- 2. Помогает уменьшить конфликтность.
- 3. Нацеливает на принятие оптимальных, в зависимости от ситуации, решений.
- 4. Улучшает осознание каждым членом команды той роли, и тех задач, которые ему отводятся.
- 5. Способствует формированию должного уровня мотивационной сферы членов команды.
- 6. Улучшает результативность работы.

Для руководителя правильное структурирование команды даёт возможность своевременно реагировать на изменения в задачах и адаптировать её структуру под текущие потребности компании.

Разрабатывая модель командного взаимодействия компании, необходимо весь производствен-

ный процесс реализации проекта разделить по закрепленным за командами задачам на каждом этапе жизненного цикла, упорядочить связь взаимодействия элементов (команд) данной системы или преобразовать систему из менее в более организованное состояние. [1]

Обратимся к дефиниции категории «команда». Данное понятие имеет достаточно много определений, в силу его многозначности.

В словаре терминов под командой понимается группу людей, которые совместно осуществляют тот или иной вид трудовой деятельности.

Один из ведущих английских специалистов в области менеджмента Майкл Армстронг рассматривает команду как целостную группу, состоящую из индивидов, которые имеют совместную цель и решают её в процессе взаимодействия друг с другом. [2].

Рассмотрим более подробно типологию структуры команд. Отметим, что эффективность той или иной организационной структуры команды во многом определяется спецификой ситуации, для которой она создана, а также тем производственными целями и задачами, которые перед ней поставлены. [3]

Кроме того, каждый из типов командного взаимодействия имеет свои как положительные, так и отрицательные моменты.

1. Иерархическая структура команды представляет собой формализованную лестницу соподчинения, при которой, во главе команды находится руководитель, перед которым должны отчитываться руководители различных отделов. Данное командное структурирование характерно, как правило, для крупных компаний.

Среди плюсов иерархической командной структуры следует выделить высокий уровень контроля и управления, который предполагает, что обязанности между членами команды строго распределены, что обеспечивает её высокий уровень надёжности и стабильности.

К недостаткам рассматриваемой структуры следует отнести не достаточную гибкость (сложности с адаптацией к меняющейся внешней среде) и медленность реакции в связи с тем, что коммуникация между членами команды может быть затруднена.

2. Функциональная структура команды предполагает наделение каждого члена команды определёнными функциональными обязанностями, носящими специфический характер. Члены команды группируются по функциональным областям. Данные команды эффективны для предприятий, которые имею чёткие стратегические цели.

Среди преимуществ функциональной структуры следует выделить наличие высокой квалификации каждого члена команды, поскольку он работает именно в своей сфере. Как следствие данная команда легко адаптируется к происходящим изменениям.

Среди недостатков следует отметить сложности в коммуникации между членами команды, поскольку члены команды обмениваются информацией между коллегами именно в своей функциональной области. Данный фактор затрудняет также координацию членов команды и может затруднять решение общих задач, стоящих перед организацией.

3. Матричная структура команды подразумевает несколько руководителей, которые делят между собой сферы ответственности и управляют членами команды, которые назначаются на те или иные проекты. Данный тип командной структуры может оказать позитивное влияние на развитие компаний, которые в своей деятельности воплощают в жизнь сразу несколько проектных идей.

Среди преимуществ рассматриваемой командной структуры следует выделить возможность для челнов команды реализовать свои знания, как в проектах, так и в функциональных сферах. Данный фактор позволяет решать задачи, стоящие перед командой, эффективно. Также, матричная структура команды обеспечивает высокую степень коммуницирования её членам, что будет способствовать повышению качества принимаемых решений.

К недостаткам матричной структуры команды можно отнести:

- Высокая степень возможности возникновения конфликтных ситуаций между руководителями по проекту и по функциональной области, в случае не совпадения их интересов.
- Временные затраты на выполнение стоящих перед командой задач могут быть больше, в силу того, что у каждого члена команды 2 руководителя.

- Некоторые члены команды могут работать одновременно над несколькими проектами, что может привести к понижению эффективности труда.
- 4. Круговая структура команды все члены команды равны в своём взаимодействии и в своей ответственности за принимаемые решения. Члены команды совместно трудятся над решением поставленных перед ними производственных задач. Компаниям, которые в силу своей сферы деятельности нуждаются в быстром принятии решений в связи с изменением внешней среды, следует обратить внимание именно на данный тип организации командного взаимодействия.

Ключевое преимущество – возможность для членов команды реализовывать свои идеи свободно, креативно. Это повышает мотивацию членов команды, развивает их лидерские задатки.

К недостаткам круговой командной структуры следует отнести отсутствие явного лидера, который бы обеспечивал координацию командной работы. Кроме того, поскольку каждый член команды выражает свои идеи, то в данном случае это может привести к затрате большего количества времени на реализацию производственных задач.

5. Виртуальная структура команды, данный тип взаимодействия базируется на использовании информационно-коммуникационных технологий, поскольку предполагает, что члены команды территориально не соприкасаются друг с другом. Для компаний, имеющих офисы, работающие дистанционно, либо же, если они работают, например, с подрядными организациями, которые находятся в разных местах, виртуальная структура команды будет оптимальным решением.

Среди преимуществ, следует отметить возможность для компании работать с талантливыми и знающими специалистами, независимо от их места нахождения. Также, предприятию не нужно тратиться на здание и оборудование офисов, достаточно того, чтобы у всех членов команды был доступ в интернет.

К недостаткам виртуальной организации команды следует отнести необходимость наличие у её членов таких качеств как самодисциплина и самоорганизация. Кроме того, могут возникнуть проблемы связи и координации.

6. Проектная структура команды создаётся на время выполнения определённого проекта, вокруг которого непосредственно идёт функционирование команды. В данном случае, назначается руководитель проекта, который отвечает за решение членами команды поставленных перед ними задач по разработке и реализации данного проекта.

Основным преимуществом проектной структуры команды является ее способность быстро мобилизовать ресурсы для выполнения конкретных задач, а также увеличить мотивацию и производительность членов команды.

Среди недостатков следует выделить невозможность членов команды переключиться на другой проект, пока не будет сдан текущий. Кроме того, с каждым проектом возникает необходимость налаживания новых взаимосвязей между членами команды.

7. Комбинированная структура команды предполагает, что несколько вышеназванных типов организации командного взаимодействия варьируется в зависимости от поставленных перед командой задач.

Можно выделить следующие факторы, от которых зависит выбор структуры командного взаимодействия:

- 1. Цели компании.
- 2. Размер предприятия.
- 3. Размер команды.
- 4. Тип работы, который должна выполнить команда.
- 5. Уровень взаимодействия между членами команды и др.

В завершении отметим, что командное взаимодействие должно обладать достаточной степенью адаптивности, чтобы изменяться в зависимости от обстоятельств как внешней, так и внутренней сред предприятия. Данная гибкость позволит более эффективно решать стоящие перед командой производственные задачи.

- 1. Старцева Н.В., Артемов А.С. Эффективная модель командного взаимодействия фундамент системы мотивации и стимулирования персонала компании // Вестник МИЭП. 2014. №4 (17). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnaya-model-komandnogo-vzaimodeystviya-fundament-sistemy-motivatsii-i-stimulirovaniya-personala-kompanii (дата обращения: 15.02.2024).
- 2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. -СПб.: Питер, 2004. 825 с. / 10-е изд. СПб.: Питер, 2004. 848 с.
- 3. Синягин Ю.В., Калинин И.В. К вопросу о типологии управленческих команд // Акмеология. 2002. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-tipologii-upravlencheskih-komand (дата обращения: 16.02.2024).

# ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЗКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 339.54

# ПОНЯТИЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОВ, ИХ ПРИЗНАКИ (НА ПРИМЕРЕ ТОВАРНОЙ ПОЗИЦИИ 9019 ТН ВЭД ЕАЭС)

### ТЮТЬКИНА ДАРЬЯ АНДРЕЕВНА

студент кафедры таможенного дела и правового обеспечения внешнеэкономической деятельности ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»

Научный руководитель: Грачева Юлия Александровна старший преподаватель ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»

**Аннотация**: в статье рассматриваются теоретические вопросы, раскрывающие понятие многофункциональных товаров, их признаки (на примере товарной позиции 9019 ТН ВЭД ЕАЭС). Проанализирована судебная практика по спорам, относящимся к классификации этих товаров. Предложено авторское определение понятия такому товару как ирригатор, которое поможет сократить проблемы классификации данного многофункционального товара.

**Ключевые слова:** классификация, технически сложные товары, электробытовые товары, многофункциональные товары, ирригаторы.

THE CONCEPT OF MULTIFUNCTIONAL GOODS, THEIR SIGNS (USING THE EXAMPLE OF COMMODITY ITEM 9019 OF THE CUSTOMS CODE OF THE EAEU)

Tyutkina Darya Andreevna

Scientific adviser: Gracheva Yulia Alexandrovna

**Abstract:** The article discusses theoretical issues that reveal the concept of multifunctional goods, their characteristics (using the example of commodity item 9019 of the EAEU Customs Code of Foreign Economic Activity). The judicial practice on disputes related to the classification of these goods is analyzed. The author's definition of the concept of such a product as an irrigator is proposed, which will help reduce the problems of classification of this multifunctional product.

**Key words:** classification, technically complex goods, household goods, multifunctional goods, irrigators.

В мире современных технологий и быстро меняющихся требований рынка все больше и больше внимания уделяется многофункциональности товаров. Каждый потребитель ищет в продукте не только одну определенную функцию, но и возможность использовать его в разных ситуациях.

Понятие многофункциональности рассматривается в работах и исследованиях различных авторов. В контексте данной статьи «многофункциональность» товаров раскрывается на основании и в соответствии с позицией И.Н. Петровой: многофункциональность - это свойство или способность устройства или системы выполнять несколько различных функций или задач одновременно или последовательно. Это является одним из главных преимуществ современной техники и устройств, так как они позволяют сэкономить время и ресурсы, а также улучшить качество и комфорт оказываемых услуг.[1, с.15]

В соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС понятие многофункциональных товаров относится к товарам, которые имеют несколько различных функций или возможностей. Это означает, что такие товары могут использоваться для различных целей или выполнять несколько задач одновременно. [2]

Многофункциональные товары могут включать в себя различные категории товаров, такие как электроника, бытовая техника, инструменты, мебель и другие.

Рассмотрим понятие многофункциональных товаров на примере ирригаторов, которые относятся к товарной позиции 9019 ТН ВЭД ЕАЭС «Устройства для механотерапии; аппараты массажные; аппаратура для психологических тестов для определения способностей; аппаратура для озоновой, кислородной и аэрозольной терапии, искусственного дыхания или прочая терапевтическая дыхательная аппаратура».

Ирригатор – представляет собой электромеханическое устройство, которое с помощью пульсирующей струи воды под высоким давлением вымывает частички пищи и налет из межзубных промежутков и других труднодоступных мест ротовой полости. Он не только помогает поддерживать гигиену полости рта, но и обладает лечебным и профилактическим эффектом, благодаря чему его рекомендуется использовать при различных заболеваниях зубов и десен. Ирригаторы бывают стационарными и портативными. Стационарные ирригаторы подключаются к водопроводному крану, а портативные работают от аккумулятора или батареек.

Основным поставщиком ирригаторов в Российскую Федерацию является Китай, который занимает более 68% рынка. Китайская продукция привлекает российских потребителей низкой стоимостью и приемлемым качеством. На втором месте по поставкам ирригаторов в Россию находится Швейцария с долей рынка 11,5%. Швейцарские ирригаторы отличаются высоким качеством и надежностью, но стоят дороже китайских. Третье место занимает Германия с долей рынка 10,2%. Немецкие ирригаторы также отличаются высоким качеством, но стоят дешевле швейцарских. Помимо Китая, Швейцарии и Германии, ирригаторы в Россию поставляют также Гонконг, США, Япония и другие страны, однако их доля на рынке невелика.

В первые месяцы 2023 года таможня Владивостока зарегистрировала 28 таможенных деклараций на ирригаторы общим весом 141,5 тонны и стоимостью 102,082 млн. рублей. Количество деклараций за два месяца почти сравнялось с показателями за весь 2020 год, что свидетельствует о растущем спросе и объемах импорта ирригаторов в Россию.[3, с.88]

При этом, процесс перемещения ирригаторов через таможенную границу ЕАЭС имеет ряд особенностей, - особенностей декларирования и классификации, - что связано с конструктивными особенностями и функционалом товара в целом.

В целях определения ирригатора как многофункционального товара необходимо обозначить его основные функции. В целях наглядности они представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Функции ирригатора

Таким образом, функции ирригатора и цели его применения являются самостоятельными и отдельными, могут осуществляться одновременно или последовательно, при этом, направлены на достижение различных результатов. Указанные тезисы дают нам право отнести рассматриваемый товар к категории многофункциональных при рассмотрении его в контексте классификации в таможенных целях.

Согласно поданным декларациям (рис. 2), можно отметить, что 55% ввозимых ирригаторов относятся к подсубпозиции 9019 10 900 9 ТН ВЭД, которая обычно используется для товаров, применяемых в профессиональной практике. Однако в большинстве случаев ирригаторы в основном применяются для домашнего использования.[4, с.96]

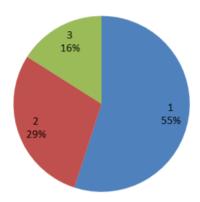


Рис. 2. Доля кодов классификации ирригаторов в соответствии с TH ВЭД ЕАЭС, указанных в декларациях (2020–2022 гг.): 1 – 9019 10 900 9, 2 – 8509 80 000 0, 3 – 8509 90 000 0.

В соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС многофункциональный товар, а в частности ирригатор может быть классифицирован в таможенных целях на основе следующих признаков: [5, с.58]

- -мобильность: стационарный, портативный и проточный;
- -тип электропитания: от сети, от аккумулятора или от батареек, и т.д.;
- -принцип работы: за счет трения, вибрации и т. д.
- -основной режимы работы (в данном случае отличительной функцией рассматриваемого товара является массаж десен под напором струи воды или раствора);
- -может иметь ручной или силовой привод либо принадлежать электромеханическому типу с двигателем, встроенным в устройство;
- -может содержать сменные дополнительные приспособления, позволяющие применять разные способы воздействия;
  - -имеет гидромассажные приспособления.

Декларанты неоднократно подчеркивают, что главной функцией ирригаторов является массаж десен за счет распыления воды через специальные насадки, в подтверждение этого они ссылаются на механизм действия устройства и предоставляют доказательства того, что ирригаторы классифицируются как медицинские изделия, что подразумевает более широкую сферу их применения, не ограничивающуюся исключительно бытовыми целями. В ходе судебных разбирательств по оспариванию классификационного кода декларанты указывают, что принцип работы, конструктивное исполнение и комплектация спорных товаров направлены на создание микрогидроударов, которые оказывают прежде всего массажное внешнее воздействие. Более того, данные товары используются в медицинских учреждениях в клинических условиях для лечения гингивита, пародонтита, пародонтоза и других сопутствующих заболеваний, что свидетельствует о том, что сфера применения спорных товаров не ограничивается домашними условиями. В связи с этим рекомендуется использовать ирригаторы в быту исключительно по назначению и под наблюдением стоматолога после прохождения обучения по правильному применению и подбору пульсирующей струи.

Примером может служить Решение от 17 апреля 2023 г. по делу № А51-2025/2023, из материа-

лов которого установлено, что обществом «Альфа-медика» были задекларированы ирригаторы в товарной позиции 9019 20 000 0 ТН ВЭД ЕАЭС "Устройства для механотерапии; аппараты массажные", ставка ввозной таможенной пошлины по которому составляла 0%. Таможенный орган, однако, счел, что для товаров, ввезенных по спорной декларации на товары, верный классификационный код - 8509 80 000 0 ТН ВЭД ЕАЭС "Машины электромеханические бытовые". Следовательно, спор возник относительно классификации товаров на уровне товарных позиций 9019 и 8509 ТН ВЭД ЕАЭС. В ходе разбирательства суд установил, что ирригаторы, заявленные в спорной ДТ, предназначены для оказания массажного воздействия на десны и слизистую оболочку полости рта, что подтверждается их техническими характеристиками и инструкциями по применению. Кроме того, суд отметил, что данные изделия используются в медицинских учреждениях для лечения заболеваний полости рта, что подтверждает их медицинский характер. На основании этих доказательств суд пришел к выводу, что спорные товары подлежат классификации в товарной позиции 9019 20 000 0 ТН ВЭД ЕАЭС как "Устройства для механотерапии; аппараты массажные" и, следовательно, облагаются ввозной таможенной пошлиной по ставке 0%. Данное судебное решение является важным прецедентом, подтверждающим правомерность классификации ирригаторов как медицинских изделий. [6]

В результате судебных разбирательств было установлено, что импортируемые обществом ирригаторы являются устройствами, предназначенными для очищения полости рта посредством направленной водной струи. Эта функция подтверждается руководствами по эксплуатации, прилагаемыми к каждой модели. Кроме того, каждый ирригатор сопровождается инструкцией, содержащей подробную информацию о конструкции, принципе действия, характеристиках, составных частях, а также указаниями по безопасной и правильной эксплуатации, техническому обслуживанию и т.д.

Важно отметить, что ни в одном из этих сопроводительных документов не указано, что функция массажа десен является дополнительной - она признана в качестве основной и неотъемлемой части процесса использования данных ирригаторов в любом режиме.

Помимо руководств по эксплуатации и сопроводительных документов, наличие медицинской массажной функции подтверждается регистрационным удостоверением и декларацией о соответствии, эти документы свидетельствуют о том, что ирригаторы данной модели классифицируются как медицинские изделия.

Таким образом, наличие функции медицинского массажа исключает эти ирригаторы из товарной позиции 8509 ТН ВЭД ЕАЭС и позволяет отнести их к более подходящей товарной позиции 9019 ТН ВЭД ЕАЭС. Анализ функций ирригаторов, представленный в технической документации, позволил суду сделать вывод о том, что ввезенные ирригаторы для полости рта предназначены не только для очищения зубов и десен, но и для гидромассажа десен и полости рта.

На основании анализа документации, доводов Общества, характеристик товара и иных обстоятельств, суд пришел к выводу об отмене решения таможенного органа о классификации товара, подтвердив правомерность действий Общества.

Итак, многофункциональные товары - это товары, которые имеют несколько различных функций или возможностей, а основополагающим классификационным признаком для таких товаров выступает функциональные назначение.

Классификация ирригаторов в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза вызывает споры. Приказ ФТС России от 17.11.2021 № 995 не содержат четких указаний по классификации ирригаторов. Это приводит к ошибкам при декларировании и таможенном оформлении. Чтобы минимизировать риски, связанные с неверной классификацией, необходимо внести изменения в данный нормативно-правовой акт. В частности, указать термин «ирригатор для полости рта», его область применения — медицинское изделие, массу изделия, основной механизм и классификационный код в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС — код 9019 10 900 9.

В работе предложено авторское определение понятия, которое поможет сократить проблемы классификации данного многофункционального товара:

ирригатор для полости рта - это специальное медицинское и бытовое устройство, которое используется в лечебных и профилактических целях, предназначен для обеспечения эффективного и

мощного напора пульсирующей струи воды или специального раствора в любые уголки полости рта, благодаря трению и вибрации, ирригатор обеспечивает регулярный массаж десен и всей полости рта, что способствует профилактике и лечению различных заболеваний полости рта, основной функцией является массаж десен, и сам процесс массажа с использованием водной струи является неотъемлемой частью его работы.

Кроме того, необходимо добавить в Решение Коллегии ЕЭК от 28.09.2022 № 131 следующий пункт: если изделие имеет специализированное медицинское назначение, что подтверждено соответствующими документами, его следует классифицировать в товарной позиции 9019.

При классификации также важно обратить внимание на основной признак разграничения – назначение, которое может быть как медицинским, так и бытовым.

Также при классификации ирригаторов как медицинского изделия в таможенных целях необходимо обратить внимание на следующие классификационные признаки: принцип работы; основной режимы работы: аппараты для массажа частей тела, в нашем случае отличительной функцией данного товара является массаж десен под действием воды под давлением, распределяемой через наконечники; может иметь ручной или силовой привод либо принадлежать электромеханическому типу с двигателем, встроенным в устройство; содержит сменные дополнительные приспособления, позволяющие применять разные способы воздействия; имеет гидромассажные приспособления для общего или частичного массажа частей тела под действием воды или смеси воды и воздуха под давлением, соответственно, в совокупности все перечисленные классификационные признаки позволяют нам отнести ирригатор к коду 9019 10 900 9 ТН ВЭД ЕАЭС.

- 1. Петрова, И.Н. Особенности и проблемы классификации по ТН ВЭД ЕАЭС многофункциональных устройств // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2018. № 2(66). С. 15.
- 2. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 07.11.2017 N 21 (ред. от 03.12.2019) "О Пояснениях к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза" (вместе с "Пояснениями к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС)".(IV) Многофункциональные машины или комбинированные машины, устройства и т. д.; функциональные блоки (примечание 3 к группе) "//Официальный сайт Евразийского экономического союза https://eec.eaeunion.org/.
- 3. Чадова Т. В. Идентификация и классификация технически сложных товаров (на примере ирригаторов) // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. 2023. № 3(104). С. 88.
- 4. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 7 ноября 2017 г. №21 "О Пояснениях к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза"//Официальный сайт Евразийского экономического союза https://eec.eaeunion.org/. Дата обращения: 03.02.2024
- 5. Сладкова А.А. Спор о функциях в таможенной практике по классификации приборов и устройств // Вестник ТвГУ. Серия: Право. 2023. № 3 (75). С. 58.
- 6. Решение от 17 апреля 2023 г. по делу № A51-2025/2023. Судебные и нормативные акты РФ. URL: https://sudact.ru/arbitral/doc/aJL3QcjdUCxC/. Дата обращения: 05.02.2024

УДК 339.54

# ОСОБЕННОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ГРАФ ДЕКЛАРАЦИИ НА ТОВАРЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КЛАССИФИКАЦИОННОГО КОДА ТОВАРА В СООТВЕТСТВИИ С ТН ВЭД ЕАЭС

# ТЕЛЕГОВА ДАРЬЯ МИХАЙЛОВНА

студент кафедры таможенного дела и правового обеспечения внешнеэкономической деятельности ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»

Научный руководитель: Грачева Юлия Александровна старший преподаватель ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»

Аннотация: в статье рассматривается влияние классификационного кода Товарной номенклатуры ЕАЭС на порядок заполнения отдельных граф декларации на товары на примере конкретного кода 9401 80 000 1 ТН ВЭД ЕАЭС «детские сиденья безопасности с пластмассовым каркасом, устанавливаемые или прикрепляемые к сиденьям транспортных средств». Также отражен механизм заполнения граф с учетом особенностей рассматриваемого кода товара. С примером заполненых граф в которых возникают сложности при заполнении декларации на товары, а также расчетом таможенных платежей. Ключевые слова: таможенная декларация, код Товарной номенклатуры ЕАЭС, заполнение граф, декларирование, таможенные процедуры, специфика товара, нормативно-правовое регулирование порядка заполнения декларации на товары.

FEATURES OF FILLING IN SEPARATE COLUMNS OF THE DECLARATION FOR GOODS, DEPENDING ON THE CLASSIFICATION CODE OF THE GOODS IN ACCORDANCE WITH THE CUSTOMS CODE OF THE FAFU

Telegova Darya Mikhailovna

Scientific adviser: Gracheva Yulya Alexandrovna

**Abstract:** The article examines the influence of the classification code of the EAEU Commodity Nomenclature on the order of filling in individual columns of the declaration for goods using the example of a specific code 9401 80 000 1 TN of the EAEU Foreign Economic Activity "child safety seats with a plastic frame installed or attached to vehicle seats". The mechanism of filling in the graph is also reflected, taking into account the features of the product code in question. With an example of completed graphs in which difficulties arise when filling out a declaration for goods, as well as calculating customs duties.

Key words: customs declaration, the code of the EAEU Commodity nomenclature, filling in the graph, decla-

ration, customs procedures, product specifics, regulatory regulation of the procedure for filling out a declaration for goods.

В соответствии с нормами законодательства товары подлежат таможенному декларированию при помещении под таможенную процедуру. Таможенное декларирование — заявление декларантом таможенному органу сведений о товарах, об избранной таможенной процедуре и иных сведениях, необходимых для выпуска товаров [1, с. 380]. Таможенным кодексом ЕАЭС определено, что Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза является системой описания и кодирования товаров, которая используется для классификации товаров в целях применения мер таможенно-тарифного регулирования, вывозных таможенных пошлин, запретов и ограничений, мер защиты внутреннего рынка и ведения таможенной статистики.

Декларирование товаров осуществляется по установленной форме утвержденной Решением КТС №257 [2]. Данный нормативно-правовой акт включает в себя порядок заполнения ДТ на товары, ввозимые или вывозимые на таможенную территорию, а также особенности заполнения декларации на товары с учетом специфики товара и особенностями помещения под различные таможенные процедуры.

Сама декларация на товары представляет собой юридически значимые сведения, которые необходимо заполнить декларанту, содержащие информацию о направлении товаров, транспортном средстве перевозки товаров, условиях поставки, таможенной процедуре под которую заявляется данный товар, а также о процедуре, под которую он ранее помещался, если такое происходило. Также в декларации указываются количественные характеристики товара, описание перевозимого товара, характер сделки с указанием особенностей, валюта и общая сумма по счету в отношении перевозимой партии, данная информация должна соответствовать документации, предоставляемой вместе с декларацией на товары, многие сведения отражающиеся в графах декларации берутся из контракта на данную сделку и инвойса.

При классификации товара код, который присваивается товарной партии должен быть заявлен в декларации на товары в соответствующей графе, исходя из определенного декларантом кода в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС могут появится особенности для заполнения других граф декларации.

При этом, несмотря на установленный законодателем «общий» порядок декларирования, каждая конкретная процедура декларирования может иметь свои отличительные особенности. Такие особенности, например, могут быть связаны с наличием предшествующей таможенной процедуры, с особыми целями перемещения товара и тд. Среди всех факторов, влияющих на возникновение особенностей декларирования, важнейшее место занимает непосредственно перемещаемый (декларируемый) товар. В данной статье к рассмотрению предлагается следующая гипотеза: товар (категория товара), обладающая индивидуальным набором характеристик -> преобразование товароведных характеристик товара в классификационные признаки товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС -> определение классификационного кода товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС на основании сопоставления выявленных классификационных признаков товара с признаками, заложенными законодателем в ТН ВЭД ЕАЭС -> влияние классификационного кода на порядок заполнения отдельных граф декларации на товары. Таким образом, уберем промежуточные звенья предлагаемой гипотезы, получим, что товар, обладающий определенными характеристиками, оказывает влияние на наличие особенностей при заполнении некоторых граф декларации на товар.

В данной статье демонстрируется влияние классификационного кода на порядок заполнения отдельных граф декларации на товар на следующем примере:

На таможенную территорию EAЭC ввозится товар «коляски детские в комплекте с аксессуарами, предназначены для детей от 0 до 36 месяцев» таможенная стоимость которых составляет - 1 206 420,00 рублей, в количестве 200 штук, упакованных в картонные коробки, размещенные на двух паллетах.

Товар, на который подается декларация должен быть классифицирован по коду ТН ВЭД ЕАЭС – 9401 80 000 1, данный код должен быть отображен в 33 графе декларации на товары. Данная графа

включает в себя несколько подразделов, не все из которых заполняются, в первом подразделе необходимо указать 10-значный цифровой код в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС, во втором подразделе буквенный код с учетом особенностей перемещаемого товара. Рассматриваемый товар попадает под систему прослеживаемости в соответствии с Перечнем товаров, подлежащих прослеживаемости, заполненная 33 графа ДТ выглядит следующим образом (табл.1):

#### Таблица 1

Графа декларации 33

	<u> </u>			
33 Код товара				
9401800001	П			

В соответствии с указанным кодом в графе 31 должны быть внесены сведения о декларируемом товаре, его полное наименование, характеристики, позволяющие идентифицировать товар таможенным органом. Сведения о количестве грузовых мест, об упаковке товара, если такая имеется. Также данная графа содержит сведения о контейнерах, если такие используются при перевозке товаров, сведения о маркировке акцизных товаров, условия поставки товара в случае, если применяются различные базисы поставки, также указываются при применении периодического временного декларирования необходимый период, а для товаров подлежащих прослеживаемости указываются количество товара в количественной единице измерения товара, используемой в целях осуществления прослеживаемости [3] (табл.2).

#### Таблица 2

Графа декларации 31

31 Грузовые	Маркировка и количество – Номера контейнеров – Количество и отличительные особенности
места и	1- коляска детская, одноместная, с открытым кузовом, приводимая в движение толканием руки,
описание	позволяющая закрепиться в сложенном виде на автомобильном кресле 3-точечным ремнем безопасности
товаров	автомобиля, предназначены для детей от 0 до 36 месяцев, производитель «LVYUAN CHILDRENS» Китай,
	товарный знак: «AULON»
	2-2, CT-200, 2/PX
	15- 200,00 / Шт / 796

Согласно указанному коду 9401 80 000 1 ТН ВЭД в отношении него предусмотрено товарной номенклатурой применение дополнительной единицы измерения, который указывается в графе 41 ДТ (табл.3).

Таблица 3

Графа декларации 41

i papa geniapagini + i		
	41 Дополнит. единицы	
	200,00/ Шт / 796	

Сведения, которые используются для заполнения декларации должны быть подтверждены перечнем сопроводительной документации, на основании которых осуществлялось заполнение граф декларации. Такие документы вносятся в графу 44 ДТ каждому документу присваивается код согласно классификатору видов документов и сведений, который утвержден Решением КТС № 378 в приложении 8 [4]. Так, например при декларировании детской мебели для сидения необходимо предоставить сертификат соответствия, которому присваивается код — 01401.

На основании заявленного кода ТН ВЭД ЕАЭС в 33 графе декларации на товары осуществляется исчисление таможенных платежей подлежащих уплате. Такие расчеты производятся в графе 47 ДТ, указываются виды таможенных платежей: таможенный сбор (1010), ввозная таможенная пошлина (2010), акциз (4080), если установлен в отношении перемещаемого товара, НДС (5010) и др. В отношении кода 9401 80 000 1 ТН ВЭД установлена ввозная таможенная пошлина 0%. Правительство России

дополнило перечень детских товаров, облагаемых НДС по ставке 10 % [5], так с 1 января 2024 года в отношении данного товара в соответствии с Налоговым кодексом РФ [6] установлена ставка НДС 10%. Также в данной графе необходимо осуществить исчисление таможенных сборов за совершение таможенных операций с товарами, ставки которых утверждены Правительством РФ [7], и произвести расчет надлежащих к уплате платежей. Крайняя колонка данной графы отражает специфику платежа, что подразумевает указание кода в соответствии с классификатором особенностей уплаты таможенных и иных платежей с учетом особенностей. Графа 47 выглядит следующим образом (табл.4):

#### Таблица 4

#### Графа декларации 47

47 Исчисление	Вид	Основа начисления	Ставка	Сумма	СП
платежей	1010	1 206 420,00	8 530 руб.	8530,00	ИУ
	5010	1 206 420,00	10%	120 642,00	ИУ

В отношении рассматриваемой товарной позиции 9401 ТН ВЭД применимы помимо адвалорных ставок таможенных пошлин специфические и комбинированные, которые рассчитываются с физических характеристик товара, например 12,5%, но не менее 0,44 евро за 1 кг, для расчета такой ставки необходимо обратить внимание на графы 35, 38 ДТ в которых указаны вес товарной партии.

После рассмотрения отдельных граф декларации на товары, вернемся к гипотезе и докажем ее предметно, используя приведенную категорию товаров в качестве примера. Выбран товар: «коляски детские в комплекте с аксессуарами, предназначены для детей от 0 до 36 месяцев», обладающий определенным набором специфичных характеристик (назначение, сфера и область применения, а также возрастной диапазон), преобразованных в классификационные признаки и сопоставленных с ними, в результате чего получен классификационный код товара в соответствии с ТН ВЭД — 9401800001. Исходя из заявленного кода происходит влияние на графы таможенной декларации, такие как 31, 41, 44, 47, что добавляет данным графам особенности в заполнении, отличные от декларирования иных товарных групп.

- 1. Новикова, С. А. Таможенное дело и таможенное регулирование в ЕАЭС: учебник для вузов // 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 380 с.
- 2. Решение Комиссии Таможенного союза от 20.05.2010 N 257 (ред. от 27.12.2022) "О форме декларации на товары и порядке ее заполнения" (вместе с "Порядком заполнения декларации на товары") // "Таможенный вестник", N 12. (05.02.2024)
- 3. Постановление Правительства РФ № 1110 "Об утверждении перечня товаров, подлежащих прослеживаемости" // Собрание законодательства Российской Федерации, N 28, 12.07.2021, ст.5538. (06.02.2024)
- 4. Решение КТС от 20 сентября 2010 года № 378 "О классификаторах, используемых для заполнения таможенных деклараций" (ред. от 27.09.2023) // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии // http://www.eurasiancommission.org. (05.02.2024)
- 5. Федеральный закон от 19.10.2023 N 504-ФЗ "О внесении изменения в статью 164 части второй Налогового кодекса Российской Федерации" // Собрание законодательства Российской Федерации, N 43, 23.10.2023, ст.7603. (07.02.2024)
- 6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 25.12.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 32, 07.08.2000, ст. 3340. (07.02.2024)
- 7. Постановление Правительства РФ от 26.03.2020 № 342 "О ставках и базе для исчисления таможенных сборов за совершение таможенных операций, связанных с выпуском товаров" // Собрание законодательства Российской Федерации, N 14 (ч.I), 06.04.2020, ст.2099. (07.02.2024)

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 338

# ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА В ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

## ПЕРЕШИВКО ГАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА

аспирант

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Научный руководитель: Жукова Марина Александровна

д.э.н., профессор

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Аннотация. В статье рассматривается процесс преобразования бизнес-моделей в формат работы по принципу экосистем в условиях цифровой экономики. Экосистема рассматривается как сетевая платформа для взаимодействия различных участников, с целью создания товаров и услуг для комплексного обслуживания потребителей. Актуальность данной темы приобретает масштабный характер, чему свидетельствует повсеместная трансформация в экосистемы во всех сферах и в различных отраслях. Процессы активного внедрения цифровых технологий зарождают новые предпосылки для устойчивого экономического роста государств, представляют собой новые факторы обеспечения лидерства и конкурентоспособности компаний на рынке. Приводится типизация современных экосистем и анализируются ее элементы и формы на примерах зарубежных и российских корпораций и государственных структур. Существенное внимание уделяется преимуществам трансформации в экосистему и перспективам развития данной концепции. Подробно рассматриваются риски, возникающие при переходе работы в такой бизнес-формат. В связи с возрастающей тенденцией платформизации бизнеса в контексте экосистем появляется необходимость формирования новых подходов, механизмов и инструментов к регулированию деятельности экосистем и цифровых платформ. В свою очередь регуляторные методы и подходы должны стимулировать активность экономических субъектов развивать свой инновационный потенциал и цифровую инфраструктуру.

**Ключевые слова:** экосистема, бизнес, конкуренция, компания, бизнес-модель, суперапп, риски, технологии, трансформация, цифровая экономика.

# THE BUSINESS TRANSFORMATION INTO TECHNOLOGICAL ECOSYSTEMS IN THE CONTEXT OF DIGITAL ECONOMY

Pereshivko Galina Aleksandrovna

Scientific adviser: Zhukova Marina Aleksandrovna

**Abstract.** The article discusses the process of transforming business models into a work format based on the principle of ecosystems in the digital economy. The ecosystem is considered as a network platform for the interaction of various participants in order to create goods and services for comprehensive customer service. The relevance of this topic is becoming widespread, as evidenced by the widespread transformation into ecosystems in all areas and in various industries. The processes of active implementation of digital technologies

create new prerequisites for sustainable economic growth of states and represent new factors for ensuring leadership and competitiveness of companies in the market. A typification of modern ecosystems is given and its elements and forms are analyzed using examples of foreign and Russian corporations and government agencies. Significant attention is paid to the benefits of transformation into an ecosystem and the prospects for the development of this concept. The risks that arise during the transition of work to such a business format is discussed in detail. In connection with the growing trend of business platformization in the context of ecosystems, there is a need to develop new approaches, mechanisms and tools to regulate the activities of ecosystems and digital platforms. In turn, regulatory methods and approaches should stimulate the activity of economic entities to develop their innovative potential and digital infrastructure.

**Keywords:** ecosystem, business, competition, company, business model, superapp, risks, technology, transformation, digital economy.

Важнейшим вызовом цифровой экономики с точки зрения развития бизнес-среды является формирование цифровых платформ, на базе которых строится экосистема бизнеса. Широкое распространение экосистем как новых моделей бизнеса ведет к трансформации многих отраслей и рынков. Активное внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы компаний обуславливает появление экосистемного подхода к организации бизнеса и создает предпосылки для цифровой трансформации экономики в целом.

Концепция экосистем бизнеса берет свое начало еще в 1990-х годах. Бизнес в формате экосистем зародился еще задолго до появления самого термина и того значения, под которым сейчас понимается экосистема бизнеса. Современный тренд на создание экосистем, заданный ИТ-гигантами, появился в середине 2010-х годов. На сегодняшний день характеризуются как динамичные, структурированные, постоянно развивающиеся сообщества, создающие новую ценность для потребителя через конкуренцию и сотрудничество. В основе бизнеса экосистем лежит идея собрать на одной платформе сервисы, которые могли бы удовлетворить самые разные человеческие потребности — от покупок товаров до развлечений [6]. Однако, основой экосистемы является преимущественно сотрудничество с общими целями и интересами, позволяющее отвечать на запросы потребителей и комплексно обслуживать клиента, в связи с чем отмечается снижение конкуренции между взаимодействующими организациями.

Потребитель 21 века желает чувствовать себя частью компании, быть причастным и лояльным к бренду, услугами и (или) товарами которого он пользуется. В центре экосистемы находится клиент со своими ежедневными потребностями. В большинстве случаев самые масштабные экосистемы формируются вокруг повседневных потребностей клиента и включают в себя сервисы для шопинга, поездок, платежей и развлечений. Одними из таких представителей в России являются Сбер, Яндекс, Тинькофф, Mail.ru Group и МТС, а среди самых успешных зарубежных компаний выделяются Apple, Xiaomi, Huawei, Alibaba.

Принимая во внимание смысл концепции, можно выделить три определения термина «экосистема».

- экосистема это совокупность взаимодействующих стейкхолдеров, прямо или косвенно участвующие в цепочке ценностей;
- экосистема как площадка, на которой предлагаются различные интегрированные продукты и (или) услуги, покрывающие максимально широкий спектр потребностей клиента.
- экосистема саморазвивающаяся организация, использующая инновационные подходы к управлению, в том числе концепция бирюзовых организаций.

Со временем экосистемы приобретают популярность и масштабируются, но не только бизнес претерпевает изменения и трансформируется в них, а также запускаются схожие государственные инициативы.

На сегодняшний день выделяют, как правило, два основных типа экосистем:

- Первый тип создается по принципу взаимодействия и сотрудничества нескольких компаний, различных по направлению деятельности, в результате чего предоставляется сервис пользователю. Сюда можно отнести проект с участием нескольких стартапов BMW и Daimler, формирующие совместными усилиями продукт для потребителя.
- Второй тип это экосистемы транзакций. Такие экосистемы связывают участников и потребителей через общую цифровую платформу, объединяющую различные сервисы одной компании. К этому типу относятся в том числе экосистемы Сбера и Яндекса.

Создание или трансформация бизнеса в формат экосистем является закономерным ответов на изменение потребностей всех участников рынка, а также динамичное развитие технологий [5, с. 252].

В связи с этим, можно выделить основные предпосылки появления экосистем и изменения конъектуры рынка производителей услуг [5, с. 252]:

- выход на рынок технологичных компаний, готовых предоставлять клиентам инновационный и более клиентоориентированный сервис;
- развитие технологий, позволяющих организациям эффективно взаимодействовать с клиентами и партнерами;
- возрастают потребности клиентов в быстром получении различных качественных продуктов и услуг с минимальными усилиями через удобные цифровые каналы;
- готовность поколения Z предоставлять компаниям доступ к своим персональным данным для получения оптимальных, индивидуальных и персонализированных предложений.

Несмотря на активное развитие, бизнес-экосистема - явление относительно новое для российского рынка, в связи с чем отсутствует единая методика внешней оценки компаний на предмет их соответствия имеющимся критериям, а также механизмы и инструменты государственного регулирования их деятельности. Кроме того, цифровые экосистемы несут в себе существенные риски, при сильной взаимосвязанности уязвимость одного элемента ставит под угрозу устойчивость всей системы и безопасность ее клиентов. Также, появление экосистем существенно меняет ситуацию на рынках, вынуждая остальных участников искать новые стратегии и пути реагирования.

Более того существует проблема, о которой не упоминают визионеры, заключающаяся в отсутствии общепринятой расшифровки термина «бизнес-экосистема». Министерство экономического развития РФ определяет данный термин в концепции госрегулирования цифровых платформ и экосистем как «клиентоцентричную бизнес-модель, объединяющую две и более группы продуктов, услуг, информации для удовлетворения конечных потребностей клиентов».

Перспективы становления российских экосистем зависит от развития государственного регулирования, отсутствующего до недавнего времени. Таким образом, укрепление экосистем, их масштабирование вынуждает государство обратить внимание на эту сферу.

В мае 2021 года Министерством экономического развития РФ подготовлена и озвучена инициатива по созданию безопасной среды для российской компаний и их потребителей. Также, опубликовало концепцию регулирования цифровых платформ и экосистем, согласно которой, требуется внесение в законодательство ряд необходимых мер по урегулированию деятельности цифровых экосистем и платформ, при этом отмечается важность избегания ситуаций, связанных с ослаблением позиций российских участников перед иностранными. В свою очередь, Министерство промышленной торговли РФ разрабатывает кодекс взаимодействия маркетплейсов и продавцов, целью которого является защита поставщиков товаров от давления на ценовую политику со стороны цифровых экосистем. Центробанк РФ намерен урегулировать банковские экосистемы и ограничивать инвестиции компаний в непрофильные активы. Федеральная антимонопольная служба РФ разработала свод базовых принципов, учитывающих особенности цифровых рынков и их инновационное развитие и направленных на создание института саморегулирования [6, с.20].

С учетом изложенного, введение таких инструментов регулирования деятельности экосистем может создать ограничения на рынке. Многое будет зависеть от выбранной концепции ограничений и механизмов реализации мер на практике, от того, насколько будет учитываться мнение бизнеса, которое также должно активно участвовать в процессе создания инструментов и механизмов регулирова-

ния экосистем [6, с. 20].

Будут ли в России появляться новые технологичные экосистемы, с развитой цифровой платформой, интегрированными сервисами и пользовательским опытом зависит от множества сопутствующих факторов. Большинство технологически развитых потребительских компаний уже и так представляют собой экосистемы. Можно предположить, что если новые экосистемы в сегменте b2c или b2b-сервисов и будут возникать, то происходить это будет уже за счет партнерств. Для существующих игроков в этом заключается вызов, так как такие партнерские экосистемы смогут предложить клиентам выбор из большего числа сервисов, в том числе лидирующих на рынке, тем самым конкуренция на рынке производителей услуг видоизменяется и основными участниками рынка становятся технологичные экосистемы, конкурирующие между собой.

Необходимо отметить несколько отличительных особенностей экосистем от других форм бизнеса.

- в экосистемах все компоненты товаров или услуг разрабатываются независимо друг от друга, но функционировать могут как единое целое. В организации бизнес-процессов применяется модульный принцип;
- все продукты или услуг экосистемы должны быть адаптированы к единой цифровой платформе и быть взаимно совместимыми;
  - участников экосистемы связывают многосторонние отношения;
- экосистема довольно сложный механизм, который не подлежит иерархической системе управления или контролю из одной точки. Вместо этого здесь используют механизмы координации через внедрение общих стандартов, правил и процессов.

Экосистема в качестве новой формы организации бизнеса обладает рядом преимуществ.

Так, экосистемы позволяют удовлетворить две основные потребности пользователей – удобство и выгода. Цифровые платформы, которые являются основой экосистемы, расширяют ее возможности и функционал: это идентификация пользователя и персонализация подборок услуг.

Несмотря на возможность существования экосистем вне Интернета, особое значение и эффективность она имеет в цифровой среде, в основе которой чаще всего присутствует суперапп. Суперапп – это многофункциональное мобильное приложение, которое дает доступ к продуктам и сервисам цифровой экосистемы, то есть в одном месте сосредоточены все сервисы компании.

Кроме того, во многих экосистемах есть централизованная поддержка клиентов.

Внутри экосистемы пользователь получает более привлекательные условия, чем при использовании только одного продукта или услуги, прежде всего, за счет разнообразных подписок. Стоит отметить, что в основе экосистемы лежит сервис, услуга или товар, который является основным (соге сервис), вокруг которого уже наращиваются и добавляются другие.

По данным консалтинговой компании McKinsey, 71% потребителей готовы к комплексным экосистемным предложениям. Внутри отлаженной экосистемы компании получают больше клиентов, следовательно, продают больше продуктов и услуг, что способствует увеличению прибыли. Благодаря экосистемного подходу потребитель получает комплексное обслуживание, удовлетворяя при этом сразу несколько своих потребностей, что экономит его время.

Пользуясь общей инфраструктурой, компании-участники способны нарастить клиентскую базу в несколько раз быстрее, пользуясь этим, можно продвигать и продавать новые продукты и услуги. Главный маркетинговый объединитель экосистемы — это бренд. Бренд вызывает чувство надежности, приверженности и лояльности [7, с. 112].

Также рассматриваемая модель бизнеса — удачный способ диверсификации продукции, которая при этом не заставляет отказываться от старых товаров и услуг. Новые предложения становятся дополнением к текущему портфелю и ориентированы, как уже было сказано выше, на постоянных клиентов, а также могут, наоборот, привлечь новых покупателей к уже ранее созданным продуктам [7, с. 112].

Помимо этого, внутри экосистемы бизнесы могут делиться опытом, данными, лучшими практиками, разработками и технологиями и инновационным продуктам. Скорость изменений на сегодняшних цифровых рынках оказывает огромное давление на розничных продавцов, заставляя их постоянно внедрять инновации. Зачастую такие технологии слишком дорогостоящие, а специалистов, которые

могли бы их внедрить, недостаточно для каждого стартапа или небольшой фирмы, а в контексте совокупности нескольких фирм или направлений инновации становятся доступнее и рентабельнее [7, с. 112].

Учитывая все преимущества экосистем, стоит отметить, что создание такой формы бизнеса достаточно сложный технически и дорогостоящий процесс. Для этого необходимо большое количество трудовых, информационных, финансовых, технических ресурсов. Более того, требуется немало усилий, чтобы скоординировать и скооперировать всех участником экосистемы, установить порядок вза имодействия всех элементов, определить общие приоритеты развития, а также каждого участника в отдельности.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что создание экосистемы — это актуальный, перспективный способ формирования и развития конкурентного бизнеса и экономики страны в целом. Цифровые технологии, которые лежат в основе экосистем, позволяют значительно упростить и оптимизировать коммерческие и государственные услуги, делая их более доступными для клиентов. Помимо этого, экосистемы являются двигателем развития цифровых технологий в самых разных отраслях. При создании экосистем следует учитывать, что взаимосвязь и взаимозависимость участников экосистемы одновременно является и плюсом, и минусом, поскольку помимо доступа к расширенным возможностям и перспективам, следует принимать во внимание имеющиеся риски.

- 1. Акаткин Ю.М. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли/ Ю.М. Акаткин //Научный журнал НИУВШЭ «Би-нес-информатика». 2017.– С.19
- 2. Ахмадуллина А.А. Современные тенденции перехода экономики в цифровую эпоху/А.А. Ахмадуллина//Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами. Пенза, 2018. С.193.
- 3. Гайсина Д.В. Трансформация современных бизнес-моделей в сторону экосистем/ Д.В. Гайсина, А.В. Аболенцев, С.А. Борухов// Проектирование бизнес-архитектур 2017.
- 4. Почему холдинги и корпорации превращаются в экосистемы / [Электронный ресурс] // vedomosti.ru: [сайт]. Режим доступа: URL: https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2021/12/21/901907-pochemu-holdingi (дата обращения: 17.02.2024).
- 5. Никонова, Т. В., Юсупова, Л. М., Камалова, А. А. Финансовая экосистема виртуальный шаг к успеху / Т. В. Никонова, Л. М. Юсупова, А. А. Камалова // Экономика в меняющемся мире. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019. С. 251-254. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://core.ac.uk/reader/222816060 (дата обращения: 10.12.2023).
- 6. Головко, С. М. Цифровые экосистемы как новая модель ведения бизнеса в условиях турбулентности в экономике / С. М. Головко // Вестник Евразийской науки. 2023. Т. 15 № S2. С. 20.
- 7. Разумовская, Н. А. Построение экосистемы как способ развития современного бизнеса. Преимущества и недостатки / Н. А. Разумовская. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 51 (393). — С. 112-116. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: https://moluch.ru/archive/393/86772/ (дата обращения: 21.01.2024).

УДК 336.71

# МИССЕЛИНГ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## МАРТЫНЮК НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА,

старший преподаватель

#### ФОКИНА ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА

студент

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию мисселинга в деятельности банков. Проведен анализ сущности данного понятия, приводятся виды недобросовестного поведения, примеры мисселинга в банках. Рассмотрены причины мисселинга и меры, принятые Банком России для снижения недобросовестных продаж. На сегодняшний день явление мисселинга изучено недостаточно. Мисселинг стал проблемой для клиентов коммерческих банков. Данный феномен встречается как в крупных, так и небольших кредитных организациях. Мисселинг замедляет развитие банков, банковской системы в целом, из-за мисселинга банки теряют доверие, лояльность клиентов и репутацию.

**Ключевые слова:** мисселинг, недобросовестные продажи, недостоверная информация, коммерческий банк, Центральный Банк.

#### MISSELING IN BANKING

Martynyuk Natalia Vladimirovna, Fokina Yulia Yurievna

**Abstract:** The article is devoted to the study of misselling in the activities of banks. The analysis of the essence of this concept is carried out, the types of unfair behavior, examples of misselling in banks are given. The reasons for the misselling and the measures taken by the Bank of Russia to reduce unfair sales are considered. To date, the phenomenon of misselling has not been studied enough. Misselling has become a problem for commercial bank customers. This phenomenon is found in both large and small credit institutions. Misseling slows down the development of banks and the banking system as a whole, because of misseling banks lose trust, customer loyalty and reputation.

**Key words:** misseling, unfair sales, false information, commercial bank, Central Bank.

Согласно «Основным направлениям развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов», разработанным Банком России, «Мисселинг – это подмена продукта. Предложение одного финансового продукта/услуги под видом другого финансового продукта/услуги». Чаще всего мисселинг встречается именно в банковской сфере. Мисселинг является распространенным явлением [1, с. 3196].

Термин «мисселинг» часто используют для обозначения любого недобросовестного поведения финансовых организаций по отношению к клиентам. По своей сути мисселинг обозначает предложение одного товара или услуги под видом другого. Мискондакт обозначает совокупность недобросовестных практик. Мисинформинг предполагает искажение информации при продаже товара или услуги. Рассмотрим виды недобросовестного поведения, определенных ЦБ РФ, которые представлены на рис. 1. [2].

Можно отметить, что, примерами мисселинга являются:

- 1. Представление полиса инвестиционного страхования жизни вместо банковского вклада.
- 2. Представление паев ПИФов как банковского вклада.
- 3. Вменение дебетовой пластиковой карты как бесплатной, не информируя клиента о том, что

срок бесплатного обслуживания ограничен и составляет 1-2 месяца.

- 4. Вменение кредитной карты с нулевым процентом, не уведомляя клиента о том, что такой процент действует только во время действия льготного периода ограниченный срок.
  - 5. Обязательное приобретение дополнительных услуг при предоставлении кредита.
- 6. Предоставление брокерских услуг, не объясняя, что клиент может полностью утратить свои сбережения.

#### Недобросовестное информирование

• Искажение и/или предоставление клиенту неполной информации о финансовом продукте (услуге)

#### Продажа неподходящих продуктов

• Продажа финансовых продуктов или услуг, не отвечающих интересам клиентов

#### Непрозрачное ценообразование

• Введение в заблужение относительно размера комиссий, стоимости (справедливой стоимости) финансового продукта или услуги

#### Связанная продажа

• Практика компании, предоставляющей финансовый продукт или услугу при условии, что клиент покупает какой-либо другой продукт или услугу

#### Подмена продукта

• Подмена одного финансового продукта (услуги) под видом другого

#### Рис. 1. Виды недобросовестного поведения

Наиболее часто клиенты банков сталкиваются с мисселингом при заключении банковского вклада, когда вместо вклада сотрудник банка предлагает инвестиционное страхование жизни, который схож по своему содержанию с договором банковского вклада, но таковым не является. ИСЖ не является вкладом, соответственно он не застрахован в рамках государственной системы страхования вкладов, заключается договор со страховой компанией, нет возможности вернуть денежные средства в полном объеме досрочно. Существует понятие «период охлаждения», то есть время — 14 дней, в течение которых клиент может без финансовых потерь расторгнуть любой договор страхования.

#### Ожидания потребителя:

- Минимальный риск
- Застраховано в ACB
- Контрагент КО

#### Реальность:

- Выше риски
- Иной финансовый продукт (услуга)
- Контрагент третье лицо или НФО

#### Причины:

- Низкие проценты по вкладу
- Доверие к продавцу
- Низкий уровень ФГ
- Мотивация персонала на продажу
- Продажа при КИ

Рис. 2. Феномен «мисселинга» на российском финансовом рынке

По словам председателя ЦБ РФ Эльвиры Набиуллиной: «Сейчас проблема мисселинга достигла своего максимума, наблюдается тенденция к ведению продажи недобросовестным методом. Сюда относятся как банковские продукты, так и действие других агентов в сфере продаж» [3, с. 105].

Рассмотрим феномен «мисселинга» на российском финансовом рынке, представленный на рис. 2.

Исходя из схемы, можно сказать, что ожидания потребителя не совпадают с реальностью. Клиенты убеждены в том, что риски незначительны, гарантирована высокая доходность. На деле один финансовый продукт выдается за другой, риски высоки, доход не гарантирован, контрагентом является не кредитная организация, а третье лицо или некредитная финансовая организация. Причину возникновения мисселинга объясняет треугольник Номура, представленный на рис. 3.

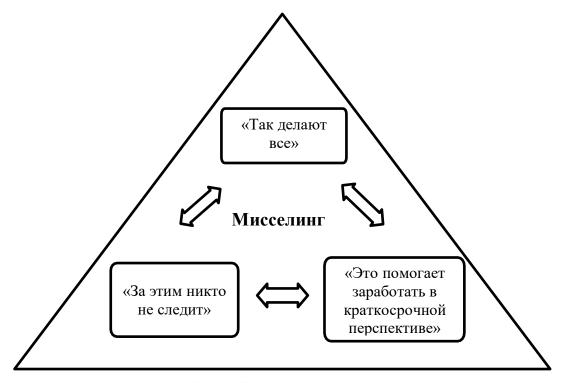


Рис. 3. Треугольник Номура

«Треугольник Номура» отражает практику реализации недобросовестных практик. Мисселинг происходит из-за интереса финансовой организации получить больше прибыли за короткий срок, желания потребителя получить больший доход, эмоциональной подверженности клиентов, отсутствие должных законодательных механизмов противодействия мисселингу. А также причиной является недостаточный уровень финансовой грамотности потребителей финансовых продуктов и услуг. Непонимание особенностей продукта и условий заключаемого контракта создает возможности для мисселинга [4, с. 590].

Согласно данным Банка России: «В 2022 году наблюдается рост числа жалоб на мисселинг (в целом на треть) по отношению к предыдущему году, исключением стало инвестиционное страхование жизни (-7%), почти по всем категориям финансовых продуктов». 1 июля 2022 года Банк России ввел в действие указание, согласно которому разъяснения сотрудника банка об условиях и рисках финансового продукта должны строго соответствовать информации, доведенной до клиента в письменной форме. Что является важной мерой по борьбе с мисселингом. Согласно указанию Банка России: «При продаже сложного финансового продукта менеджер должен сообщить клиенту, что услуга не является вкладом, не попадает под государственную систему обязательного страхования, доходность не гарантирована, продукт является небанковским». Правило относятся к сложным продуктам, к таким как инвестиционное и накопительное страхование жизни. Сокращение жалоб на мисселинг на 19,3% в 2023 году произошло благодаря пристальному контролю за кредитными организациями, занимающихся мисселингом раннее [5].

Для минимизации мисселинга, связанного с предоставлением неполной или недостоверной информацией о финансовом продукте, непониманием данной информации, Банк России предложил внедрять банкам ключевые информационные документы. Ключевые информационные документы представляют собой паспорта, содержащие основные условия предоставления финансовой услуги [6, с. 6]. Данные документы могут быть предоставлены в открытом доступе на сайте банка, на информационных стендах или же предоставляться непосредственно клиенту по его запросу. При обнаружении мисселинга в коммерческом банке, Банк России может приостановить действие продукта или услуги, проданных с помощью мисселинга на определенное время или в определенных случаях обязать выкупить все проданные продукты или вернуть деньги в полном объеме [7, с. 25].

Таким образом, под мисселингом «неправильными продажами» понимается недобросовестная практика продаж клиентам финансовых продуктов или услуг с помощью введения в заблуждение, предоставления неполной или искаженной информации о характере, условиях, рисках и доходности продукции. С точки зрения законодательства мисселинг не является преступлением. Клиенту не просто доказать факт мисселинга, так как он подписывает договор, соглашаясь со всеми его условиями. ЦБ РФ борется с мисселингом, проводя контрольные мероприятия, выпуская рекомендации к внедрению паспортов финансовых продуктов, также принимая жалобы на недобросовестные продажи и занимаясь их расследованием.

- 1. Ляпкина Т. С. Исследование мисселинга в деятельности банков // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». №5. 2022. С. 3195-3204.
- 2. Банк России. Виды недобросовестного поведения участников финансового рынка [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cbr.ru/protection\_rights/np/
- 3. Завгородняя К. А., Михайлова Е. Н. Мисселинг недобросовестное поведение на финансовом рынке // Экономика и бизнес. №3-1 (85). 2022. С. 105-109.
- 4. Канаев А. В., Канаева О. А. Недобросовестная коммерческая практика (мисселинг) как барьер для ESG-трансформации российского банковского бизнеса // Вестник санкт-петербургского университета экономика. Т.38. №4. 2022. С. 581-606.
- 5. Банк России. Число жалоб в Банк России снизилось: статистика за первую половину 2023 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cbr.ru/press/event/?id=16978
- 6. Сарнакова А. В., Онегова А. А. Мисселинг: механизмы противодействия и защиты прав потребителей финансовых услуг // Научно-образовательных журнал для студентов и преподавателей «StudNet». №4. 2021. 11с.
- 7. Синиченко О. А. Мисселинг как современный инструмент недобросовестных продаж банковских продуктов и услуг в коммерческих банках // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. Т.23. №1. С. 20-26.

**УДК 33** 

# ИНТЕГРАЦИЯ ВУЗОВ В НАУЧНЫЕ И ПРОМЫШЛЕННЫЕ КООПЕРАЦИИ КАК МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

### ЛАВРИЩЕВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА,

д-р экон. наук, доцент

# ТОЛСТИКОВ АНДРЕЙ ВИКТОРОВИЧ

советник ректора

ФГБОУ ВО «Ковровская государственная технологическая академия»

**Аннотация:** в статье отмечается, что ответом на современные вызовы экономики – все возрастающая потребность инженерных кадров и обеспечение технологического суверенитета, основным решением для вузов сегодня является интеграция в научные и промышленные кооперации. На примере КГТА им. Дегтярева показана конкретная реализация данного механизма, обозначены формы и методы такой интеграции и уже достигнутые результаты.

**Ключевые слова**: интеграция, инженерное образование, технологический суверенитет, устойчивое развитие экономики.

# INTEGRATION OF UNIVERSITIES INTO SCIENTIFIC AND INDUSTRIAL COOPERATIONS AS A MECHANISM FOR SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

Lavrishcheva Elena Evgenievna, Tolstikov Andrey Viktorovich

**Annotation:** the article notes that in response to modern economic challenges - the ever-increasing need for engineering personnel and ensuring technological sovereignty, the main solution for universities today is integration into scientific and industrial cooperation. Using the example of KSTA named after. Degtyarev shows the specific implementation of this mechanism, identifies the forms and methods of such integration and the results already achieved.

**Key words**: integration, engineering education, technological sovereignty, sustainable economic development.

Устойчивое развитие экономики определяется прежде всего устойчивым экономическим ростом, обеспечивающим учет будущих потребностей общества. Одним из основных принципов этого роста является эффективное использование ресурсов – их создание (добыча), вовлечение в хозяйственный оборот и управление ими.

В Государственной программе Российской Федерации "Научно-технологическое развитие Российской Федерации отмечено: «Особенности формирования государственной политики в области научно-технологического развития Российской Федерации с учетом больших вызовов определяют новую роль науки и технологий как основополагающего элемента решения многих национальных и глобальных проблем, обеспечения возможности прогнозировать происходящие в мире изменения, учиты-

вать внутренние тенденции, ожидания и потребности российского общества, своевременно распознавать большие вызовы и эффективно отвечать на них» [1]. На III Конгрессе молодых ученых Министром науки и высшего образования В. Фальковым было обозначено: «Традиционно перед любым вузом стоит задача подготовки кадров. При этом сейчас на передний план выходит другая важная задача, которая последние несколько десятилетий в системе российского высшего образования не звучала так отчетливо, как сейчас, — речь о достижении технологического суверенитета» [2]. В этой связи механизм решения нам видится следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Механизм решения

Достижение технологического суверенитета, переход к инновационно- ориентированному экономическому росту, технологическое обеспечение устойчивого развития производственных систем — такие цели изложены в Концепции технологического развития страны до 2030 года [3]. Распоряжение обеё утверждении подписал Председатель Правительства Михаил Мишустин.

Согласно документу, к концу третьего десятилетия XXI века Россия должна обладать собственной научной, кадровой и технологической базой критических и сквозных технологий. Кроме того, к 2030 году национальная экономика должна обеспечивать производство высокотехнологичной продукции — чипов и другой микроэлектроники, высокоточных станков и робототехники, авиакосмической техники, беспилотников, лекарств и медицинского оборудования, телекоммуникационной техники и программного обеспечения. При этом доля таких отечественных товаров в общем объёме потребления должна составить не менее 75%.

С целью обеспечения технологического суверенитета необходимо добиться роста внутренних затрат на исследования и разработки не менее чем на 45%.

Также к 2030 году объём инновационных товаров, работ и услуг должен возрасти в 1,9 раза, а число патентных заявок – в 2,4 раза.

Для устойчивого функционирования и развития производственных систем надо, чтобы число предприятий обрабатывающей промышленности, использующих технологические инновации, увеличилось в 1,6 раза.

По каждой цели также определены основные механизмы её достижения. Это формирование сквозных технологических приоритетов для науки, образования и для отраслей экономики, фокусировка на собственных линиях разработки технологий, ключевых узлов и комплектующих, опора на новые организационные формы взаимодействия науки, образования и бизнеса, а также развитие инфраструктуры трансфера технологий в экономику и кадровое обеспечение.

Безусловно, вузами, особенно ведущими, – участниками Федеральных проектов «Приоритет 2030», «Передовые инженерные школы» и др., уже сделаны определенные шаги для развития новых технологий и их инфраструктуры.

Мы же в рамках данной статьи рассмотрим включение в этот процесс небольших вузов, играющих важную роль для региональной экономики. Объектом исследования выступает технический вуз – Ковровская государственная технологическая академия им. В.А. Дегтярева, вот уже более 55 лет готовящая инженерные кадры. Контингент студентов, немного более 2 тысяч, объединяет среднее профессиональное и высшее образование. Сверхактуальность нахождения ответа на первый вызов диктуется все возрастающей и прогрессирующей каждый год кадровой потребностью экономики региона [4, с.1,2]

Ситуация на рынке труда Владимирской области и потребность в работниках в разрезе ОКВЭД представлены на рис.2,3.



Рис. 2. Ситуация на рынке труда Владимирской области

Причем следует отметить, что наибольшая потребность в кадрах приходится на обрабатывающую промышленность, а это инженерные кадры [5, с. 1-10].



Рис. 3. Потребность в работниках в разрезе ОКВЭД

Хотелось бы отметить определенные шаги вуза в направлении интеграции с ключевыми партнерами – предприятиями и университетами (рис. 4), в использовании новых форм взаимодействия, в

рамках возможностей, закрепленных в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» [6].



Рис. 4. Интеграция с ключевыми партнерами

Новизна в партнерстве с предприятиями:

- ринансирование партнерами создания материально-технической базы вуза: открытие ряда научно-образовательных лабораторий с целью качественной подготовки студентов в рамках целевого обучения, а также реализации программ повышения квалификации работников предприятий;
- ➤ создание совместных кафедр на территории вуза, где заведующие кафедрами ведущие специалисты предприятия (у нас это главные конструкторы предприятий), совместная разработка образовательных программ и модулей с учетом потребностей предприятий;
- реализация учебного процесса в сетевом взаимодействии: часть занятий проходит на базе предприятия-партнера, нагрузка также распределяется между партнерами.

Сегодня мы уже можем говорить о созданных лабораториях и кафедрах, а, следовательно, о работающем механизме такого взаимодействия - за последние три года открыты три научнообразовательные лаборатории, кафедра «Интеллектуальные информационные системы и комплексы специального назначения», малое инновационное предприятие «Научно- производственный центр беспилотных авиационных систем и робототехнических комплексов».

Во взаимодействии с ведущими вузами активно используется механизм сетевого сотрудничества как в образовательной, так и в научной деятельности. Нашими партнерами являются МВТУ им. Баумана, МГТУ Станкин, ТулГУ и, конечно, наш опорный вуз – ВлГУ им. Столетовых (рис.5).



Рис. 5. Сетевое сотрудничество

Проект «Профессионалитет» – результат активного, тесного и эффективного взаимодействия вуза с Правительством региона. Создание именно образовательно-производственного кластера для предприятий ОПК – это ответ на потребности региона, города (Ковров- город воинской славы, где производится основная доля продукции ОПК области) (рис. 6).



Рис. 6. Проект «Профессионалитет»

Проект реализуется на базе энерго-механического колледжа, находящегося в составе академии. Благодаря ему вуз получит возможность в создании 8 современных научно-образовательных лабораторий, а экономика области – ежегодно более 500 специалистов среднего звена, необходимых на наших предприятиях.

Еще одним проектом интеграции вуза в научные и промышленные кооперации является создание Ковровской академии беспилотных авиационных систем «Кречет» (рис. 7).



Рис. 7. Создание Ковровской академией беспилотных авиационных систем «Кречет»

Системная ость проекта, представленная в таблице 1, состоит из блоков.

#### Таблица 1

#### Системная ость проекта

Блок	Описание		
«НИОКР»	Направления исследований направлены на технологическое развитие органов чувств БАС: диагностика состояния БАС, машинное зрение, лидары, радары, мультиканальные оптические системы, информационно-управляющие системы робото-техническими комплексами и др.		
«Специализированное обучение»	Направления обучения: «Разработчик БАС», «Аналитик данных БАС» и др.		

#### Продолжение таблицы 1

Блок	Описание
«Мелкосерийное производство»	Производство композитных материалов для БАС, печатных плат, двигателей для микромеханики, аддитивное производство деталей корпусов, винтов БВС, ложных мишеней и двигателей типа ПуВРД.
«Полигон»	700 кв.м помещение оборудованное по стандарту «Молодые Профессионалы» для проведение общероссийских и региональных этапов по дрон-рэйсингу.

Данная модель нашла отклик у промышленных компаний, лидеров отраслей: микроэлектроники, композитных материалов, оптических систем. Формируются совместные лаборатории и малые инновационные предприятия. Ведется работа по формированию и оценке РИД.

В целях развития инновационного потенциала проекта «Ковровская академия беспилотных авиационных систем», повышения уровня интеграции с научными и промышленными компаниями планируется привлечение инвестиций через публичный рынок облигаций, а также проведение системной работы по формированию РИДов для продажи профильным промышленным компаниям.

Таким образом, показано, что интеграция вуза с предприятиями, вузовским сообществом и активное взаимодействие с региональными властями, является именно тем механизмом, который дает синергетический эффект в ответе на главные вызовы современности – кадровую потребность экономики и обеспечение технологического суверенитета.

- 1. Государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http:// government.ru/rugovclassifier/858/events/. (01.02.2024).
- 2. Фальков В.Н. III Конгресс молодых ученых: дискуссия о подготовке хорошего инженера в университете [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http:// minobrnauki.gov.ru/presscenter/news/novosti-ministerstva/76134/. (01.02.2024).
- 3. Концепция технологического развития страны до 2030 года: распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023[Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: http:// government.ru/docs/48570/. (04.02.2024).
- 4. Рынок труда во Владимирской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http:// 33.rosstat.gov.ru/storage. (04.02.2024).
- 5. Об утверждении перечня организаций, испытывающих потребность в привлечении работников, по востребованным профессиям (должностям, специальностям) и перечня востребованных профессий (должностей, специальностей): распоряжение Правительства Владимирской области от 09.02.2023 № 71-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http:// publication.pravo.gov.ru. (04.02.2024).
- 6. Закон об образовании [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http:// government.ru/docs/48570/. (04.02.2024).

#### НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

# ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Сборник статей Международной научно-практической конференции г. Пенза, 25 февраля 2024 г. Под общей редакцией кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева Подписано в печать 26.02.2024. Формат  $60 \times 84\ 1/16$ . Усл. печ. л. 8,5

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



# Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 апреля	XII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ	120 руб. за 1 стр.	MK-1978
5 апреля	VI Международная научно-практическая конференция МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ	120 руб. за 1 стр.	MK-197
5 апреля	V Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	MK-1980
5 апреля	V Международная научно-практическая конференция ПЕДАГОГИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
5 апреля	V Международная научно-практическая конференция ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
10 апреля	XII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
10 апреля	XXXVIII Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
12 апреля	VII Всероссийская научно-практическая конференция НАУКА МОЛОДЫХ — БУДУЩЕЕ РОССИИ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
12 апреля	Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
15 апреля	XXXVII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
15 апреля	XX Международная научно-практическая конференция СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	MK-198
15 апреля	Международная научно-практическая конференция ПРИОРИТЕТЫ ЭКОНОМИКИ И СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	120 руб. за 1 стр.	MK-198
15 апреля	Международная научно-практическая конференция ПРИОРИТЕТЫ ПЕДАГОГИКИ И СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	MK-199
15 апреля	Международная научно-практическая конференция ПРИОРИТЕТЫ ЮРИСПРУДЕНЦИИ И СОВРЕМЕННОЙ ПРАВОВОЙ СИСТЕМЫ	120 руб. за 1 стр.	MK-199
17 апреля	V Международная научно-практическая конференция МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ 2024	120 руб. за 1 стр.	MK-199
17 апреля	II Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ТРЕНДЫ В НАУКЕ	120 руб. за 1 стр.	MK-199
20 апреля	XVII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	MK-199
20 апреля	VIII Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА, ОБЩЕСТВО И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	MK-199
20 апреля	IV Международная научно-практическая конференция  MODERN SCIENTIFIC RESEARCH	120 руб. за 1 стр.	MK-199

www.naukaip.ru