

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



ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ
СБОРНИК СТАТЕЙ XVIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 МАЯ 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

Э40

ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ: сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – 140 с.

ISBN 978-5-00236-350-6

Настоящий сборник составлен по материалам XVIII Международной научно-практической конференции **«ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ»**, состоявшейся 15 мая 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 №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

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

ISBN 978-5-00236-350-6

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	7
РЕВИЗИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ МИЩЕРЯКОВА СОФИЯ МАКСИМОВНА	8
МЕНЕДЖМЕНТ	11
АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА ЧЖАО СЮЭ	12
РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА РЕЗНИКОВА ОЛЬГА СЕРГЕЕВНА, ТАРАН МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ	15
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И МОТИВАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ ТАРАН МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ.....	19
ОРГАНИЗАЦИЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА, СИМОНОВА СВЕТЛАНА КОНСТАНТИНОВНА	23
МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 2024 ГОДА СЛЕЗИНА ЕКАТЕРИНА ОЛЕГОВНА, ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА	27
СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА И КРП СРЫМОВ АЛМАТ	31
МЕНЕДЖМЕНТ: ИСКУССТВО ЭФФЕКТИВНОГО РУКОВОДСТВА АДЕЛЬСЕИТОВА ЭЛЬМАЗ БЕКМАМБЕТОВНА, СЕЙДАМЕТ ФЕТТАЕВ РЕДВАНОВИЧ	35
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ И ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НЕЗДОЛЕЙ ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА	38
МАРКЕТИНГ	42
РОЛЬ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО МАРКЕТИНГА САМОЙЛОВА ВАРВАРА БОРИСОВНА.....	43
ТЕЛЕГРАМ И ДРУГИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ В КОММУНИКАЦИИ B2C ПЕТРУХИН ЕВГЕНИЙ АНДРЕЕВИЧ.....	49
СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ СКАЛЕЦКИЙ ЛЕОНИД ИГОРЕВИЧ.....	53
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	57
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РИСКА ЛИКВИДНОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ МЕДНОВА ЮЛИЯ ОЛЕГОВНА.....	58

ДИНАМИКА IPO НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ ЯШУКОВА СВЕТЛАНА ЮРЬЕВНА, ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА	61
ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ ТЕМУРЗИЕВА АШАТ МАГОМЕД-АМИНОВНА	64
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ	68
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ АО «КИНОМАКС» ЯНКОВСКАЯ ДИНА ГЕННАДЬЕВНА, БИКЧУРАЕВА СЮЮМБИКЭ РАШИДОВНА, ЛАТЫПОВА АЛИНА ИЛЬДУСОВНА	69
РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ АБДИРАШ ЕРСУЛТАН НУРЛАНОВИЧ	74
НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	78
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В РОССИИ ГОЛУБЦОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, НИСРЕДОВ ДАВИД РАСИМОВИЧ	79
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	82
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИЗМЕРЕНИЯ ИНДИКАТОРОВ ДОЛГОСРОЧНОГО ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАМСАЕВА МЕРУЕРТ КАНАТОВНА	83
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЗАХАРОВ СЕРГЕЙ МИХАЙЛОВИЧ, ГРИДИН ГРИГОРИЙ КОНСТАНТИНОВИЧ	87
МАТРИЦА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛЕРНЕР КСЕНИЯ ВАДИМОВНА	91
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	97
ВЛИЯНИЕ ДИНАМИКИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОПОРЦИЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА КАЗАХСТАНА КИМ КСЕНИЯ АНДРЕЕВНА, ЧУРИЛОВА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА	98
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ КУДРЯВЦЕВА ВЕРОНИКА ГЕННАДЬЕВНА, КУЗНЕЦОВА ЯНА ВЛАДИМИРОВНА	103

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	107
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ И ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ МИТРОФАНОВ ДАНИЛ ВИКТОРОВИЧ	108
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	111
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ БУСАРНОВА ЮЛИЯ ЕВГЕНЬЕВНА	112
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ	117
ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ СВЕТЛОВА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА	118
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	123
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ») СВЕТЛОВА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА	124
РАЗВИТИЕ СТРОИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ АЛЬМУХАМЕТОВА АЛИНА РАФИКОВНА	129
THE PROBLEM OF SUPPLYING LOW-QUALITY GOODS IN GOVERNMENT PROCUREMENT МОКЕЕВА ТАТИАНА ВАСИЛИЕВНА, TAN CHUYAN, ZHANG JINGYUAN	132
ОЦЕНКА УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РУСАКОВА КРИСТИНА ВЛАДИМИРОВНА	136

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 657.631

РЕВИЗИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ

МИЩЕРЯКОВА СОФИЯ МАКСИМОВНАстудент,
НИУ БелГУ
Белгород, Россия*Научный руководитель: Семенова Наталья Алексеевна**к.э.н., доцент,
НИУ БелГУ
Белгород, Россия*

Аннотация: Данная статья посвящена изучению важности ревизии в современных реалиях. Также отмечены цели, задачи принципы и способы, с помощью которых осуществляется проверка в финансово-хозяйственных экономических субъектах. Приведен план ревизора или ревизионной группы, которые осуществляют изучение хозяйственных и документальных операций.

Ключевые слова: ревизия; ревизор; ревизионная группа; социально – экономические реалии; акционерное общество (АО); общество с ограниченной ответственностью (ООО).

AUDIT IN MODERN SOCIO-ECONOMIC REALITIES

Mishcheryakova Sofia Maksimovna*Scientific supervisor: Semenova Natalya Alekseevna*

Abstract: This article is devoted to studying the importance of audit in modern realities. The goals, objectives, principles and methods by which verification is carried out in financial and economic entities are also noted. A plan is provided for the auditor or audit team that carries out the study of business and documentary transactions.

Key words: audit; auditor; audit group; socio-economic realities; joint stock company (JSC); limited liability company (LLC).

Со времен Древней Руси у государства возникла потребность в контроле за сбором средств и проверке ресурсов. Империя нуждалась в обеспеченности работоспособности системы в отдельных субъектах и торговли разных слоев населения. Так появился важный государственный инструмент – ревизия.

Ревизия – это система обязательных контрольных действий по проверке совершенных в ревизуемом периоде как хозяйственных, так и финансовых операций, а также правильности их отражения в бухгалтерском учете и отчетности, законности действий руководителей и главного бухгалтера, на которых возложена ответственность за их осуществление в соответствии с законодательными и нормативными документами.

Контроль, который осуществлялся со стороны государства, всегда базировался на ревизии. На каждом этапе, в историческом периоде, происходили доработки задач, совершенствование механизмов проведения проверки, увеличивалась область изучения и воздействия, что помогало улучшить финан-

совый контроль и параллельно влиять на иные методы контроль – финансовой деятельности: аудит, налоговая проверка, бухгалтерская экспертиза и прочее.

На этапах исторического развития ревизия являлась инструментом государственного управления, она помогала устранять недостатки, а также стремилась улучшить финансово – хозяйственную деятельность, однако, в современных социально - экономических реалиях основной задачей является развитие страны, поэтому на ревизию возложены большие перспективы в дальнейшем. Данный метод, как важнейший механизм финансового контроля, должен не только устранять нарушения, которые произошли в сфере экономического положения, но и разработать меры развития, параллельно вносить корректировки и предложения по выстраиванию механизма сохранения ресурсного потенциала, которые будут способствовать экономическому росту как субъекта, так и страны в целом. [2, с. 43 – 53]

На современном этапе ревизия проводится в целях:

- оценить финансовое состояние дел в организации;
- исключить злоупотребление положением со стороны как сотрудников, так и покупателей, однако, также необходимо проверить и третьи лица (поставщик);
- подготовиться к проверке со стороны государственных органов заранее.

В соответствии с графиком подразделения контрольно – ревизионного управления Министерства внутренних дел Российской Федерации ревизия проводится не реже одного раза в год. Однако, владельцы финансового - хозяйственных экономических субъектов, как правило, могут проводить проверки чаще, так как это не запрещено законом.

За проведение проверки всегда отвечает ревизор – это специалист, который производит сбор информации, наблюдение, осуществляет проверку и оценивает общую ситуацию, либо может отвечать ревизионная комиссия, которая должна включать в себя нечётное число участников, чтобы в случае спорных ситуаций или голосования получилось установить точное решение. Избрание ответственных лиц зависит от типа финансового - хозяйственных экономических субъектов, так, для акционерного общества (АО) выбирают на один год, а для общества с ограниченной ответственностью (ООО) срок может регламентироваться уставом.

В современной социально – экономической ситуации ревизия может делиться по принципу назначения на:

- плановую - проводится на основе заранее утвержденного плана;
- внеплановую - назначается в пределах текущего года, в результате появления дополнительной информации о деятельности организации.

Также, по способу контроля ревизия делится на:

- первичную – проведение проверки, которая осуществляется вновь;
- дополнительную - проверка, которая будет осуществляться в том случае, если есть информация о том, что были пропущены какие – то аспекты хозяйственной деятельности, либо были выявлены не все нарушения и несоответствия;
- повторная – данная проверка проводится для того, чтобы выявить, на сколько быстро организация устранила нарушения, которые были отмечены в заключительном акте первичной ревизии.

План ревизии на уровне законодательства ничем не утвержден. Сама организация должна разработать действия и утвердить его на собрании или совете директоров. [1, с. 243 – 245]

Таким образом, сначала происходит издание приказа собственником о необходимости проведения ревизии. Далее, ответственный сотрудник уведомляет ревизора или ревизионную комиссию о сроках проведения проверки и дате заседания по результатам проведенной ревизии. В свою очередь специалисты действуют по плану:

1. Запрашивание всей отчетной документации.
2. Осуществление документального ознакомление и проверка их содержания на правильность оформления.
3. Проведение фактического обследования предприятия, а также изучение активов.
4. Сверка данных отчетных документов с предоставленными, сопоставление доходной и расходной частью.

5. Составление отчета о проделанной работе.
6. Предоставление составленного заключения на заседании. [4, с. 254 – 258]

Следует отметить, что ревизор должен иметь рабочую тетрадь для регистрации всех нарушений, которые были выявлены в процессе проверки. На последующих этапах она поможет определить оперативность исправления ошибок и отследить принятые решения.

Для осуществления контроля за ходом исправления нарушений, в современных социально – экономических реалиях проверку выполнения решений по результатам ревизии осуществляют следующими способами:

- на основе письменных отчетов, которые переданы с помощью средств связи (телефакс и прочее);
- на основе отчета, предоставляемого руководителем;
- проверка исправлений в процессе последующей ревизии (повторная). [3, с. 13 – 20]

Подводя итог, можно сделать вывод, что ревизия во все времена являлась важным инструментом для государственного управления. Ее задача всегда заключалась в выявлении нарушений как хозяйственных, так и финансовых операций, а также в устранении недостатков, которые влияют на механизм финансового контроля. Ревизия в современных социально - экономических реалиях совершенствуется, продолжает расширять круг изучения и требует соответствующего регулирования в правовой сфере.

Список источников

1. Бобошко, В. И. Контроль и ревизия / В.И. Бобошко. - М.: Юнити-Дана, 2021. - 312 с.
2. Контроль и ревизия / Н.Д. Бровкина и др. - М.: Экономистъ, 2019. - 256 с.
3. Контроль и ревизия: учебное пособие / Донской ГАУ; сост. М. А. Кубарь. – Персиановский: Донской ГАУ, 2020. – 145 с.
4. Терентьева, Л. Ф. Контроль и ревизия. Ответы на экзаменационные билеты / Л.Ф. Терентьева. - М.: Научная книга, 2022. - 300 с.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 331.1

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА

ЧЖАО СЮЭ

аспирант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*Научный руководитель: Круглов Дмитрий Валерьевич**д.э.н., профессор**Санкт-Петербургский государственный экономический университет*

Аннотация: в современных рыночных условиях все большее внимание уделяется эффективности труда. При этом снижение эффективности труда выступает результатом нескольких причин, в том числе связанных с рабочей силой, внешними факторами, управлением, ресурсами и иными факторами. В связи с чем исследование факторов, влияющих на эффективность труда, выступает особенно актуальным.

Ключевые слова: труд, эффективность, факторы эффективности.

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING LABOR EFFICIENCY

Zhao Xue

Scientific adviser: Kruglov Dmitry V.

Abstract: In modern market conditions, more and more attention is paid to labor efficiency. At the same time, a decrease in labor efficiency is the result of several reasons, including those related to labor, external factors, management, resources and other factors. In this connection, the study of factors influencing labor efficiency is especially relevant.

Key words: labor, efficiency, efficiency factors.

Эффективность труда – решающее условие, которое напрямую влияет на конечные результаты любого бизнеса. Понимание важности эффективности имеет решающее значение для организаций, чтобы максимизировать свой потенциал, достичь своих целей и оставаться конкурентоспособными в современном быстро меняющемся деловом мире [2].

Одним из основных преимуществ сосредоточения внимания на эффективности труда является возможность оптимизировать ресурсы и снизить затраты. Повышая эффективность работников и гарантируя, что они производят больше продукции за меньшее время, организации могут эффективно использовать свою рабочую силу и минимизировать отходы. Это, в свою очередь, приводит к экономии затрат и повышению рентабельности.

Так, предприятия-производители, реализующие мероприятия по повышению эффективности труда, могут производить больше товаров, используя то же количество ресурсов, тем самым снижая производственные затраты и повышая производительность [4].

Эффективность труда также играет важную роль в удовлетворении потребностей клиентов и предоставлении высококачественных продуктов или услуг. Когда сотрудники работают эффективно, они могут более качественно выполнять задачи, обеспечивая своевременную доставку и удовлетво-

ренность клиентов.

Кроме того, эффективность труда тесно связана с моральным состоянием сотрудников и удовлетворенностью работой. Когда сотрудники чувствуют, что их усилия ценят и их производительность признается, они с большей вероятностью будут мотивированы и вовлечены в работу. Это, в свою очередь, повысит уровень производительности. Организации могут повысить производительность, создавая позитивную рабочую среду, предоставляя возможности обучения и развития, а также предоставляя стимулы или вознаграждения за выдающиеся результаты [3].

Таким образом, эффективность труда зависит от множества факторов, основные из них представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Факторы, влияющие на эффективность труда

Одним из ключевых факторов, существенно влияющих на производительность труда, является вовлеченность и мотивация сотрудников. Когда сотрудники вовлечены и проявляют инициативу, они с большей вероятностью будут стараться изо всех сил, работать эффективно и достигать лучших результатов. С другой стороны, у сотрудников, которые не вовлечены или немотивированы, может отсутствовать мотивация работать с максимальной отдачей, что приводит к снижению уровня производительности [2].

Одновременно с этим, квалификация и опыт сотрудников играют важную роль в их эффективности. Постоянное обучение и развитие навыков помогают улучшить результативность работы. При этом хорошо обученные сотрудники более компетентны, уверены в себе и способны эффективно выполнять поставленные задачи.

Также стоит учитывать, что комфортная и продуктивная рабочая среда может повысить эффективность. Это может включать удобное рабочее пространство, доступ к необходимым ресурсам и инструментам, а также поддержку со стороны коллег и руководства.

Организационная культура компании влияет на эффективность труда. Поддержка руководства, командная работа, открытость и командное доверие помогают повысить производительность. Четкая и эффективная коммуникация необходима для повышения производительности. Когда линии связи открыты, сотрудники могут легко понять свои роли и обязанности, задавать вопросы и обращаться за разъяснениями. Кроме того, развитие культуры сотрудничества способствует командной работе, обмену знаниями и решению проблем, что в конечном итоге повышает производительность [5].

Рабочая среда и инфраструктура могут оказать существенное влияние на производительность. Такие факторы, как освещение, температура, уровень шума и эргономичная мебель, играют важную

роль в комфорте и благополучии сотрудников. Когда у сотрудников позитивная рабочая атмосфера, они с большей вероятностью будут оставаться сосредоточенными, меньше отвлекаться и более эффективно выполнять задачи.

Балансировка рабочей нагрузки и эффективное управление временем являются ключевыми аспектами максимизации производительности. Перегрузка сотрудников слишком большим количеством задач может привести к стрессу, выгоранию и снижению производительности. С другой стороны, эффективные методы управления временем, такие как определение приоритетности задач, установка реалистичных сроков и избегание многозадачности, могут помочь сотрудникам оставаться организованными и сосредоточенными, тем самым повышая производительность.

Одним из важных факторов также выступает, физическое и психическое здоровье сотрудников имеет прямое влияние на их эффективность. Поддержка здорового образа жизни и баланса между работой и личной жизнью помогает сохранить высокую производительность труда.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что, сосредоточив внимание на вовлеченности сотрудников, эффективном общении, обучении и развитии, позитивной рабочей среде и управлении рабочей нагрузкой, организации могут создать среду, способствующую высокому уровню производительности. Понимание и устранение этих факторов может привести к повышению эффективности, лучшим результатам и общему успеху сотрудников и всей организации. Оптимизируя ресурсы, удовлетворяя потребности клиентов, улучшая моральный дух сотрудников и внедряя эффективные стратегии, организации могут повысить производительность и получить конкурентное преимущество в современной динамичной бизнес-среде.

Список источников

1. Бурцева Т. А. и др. Анализ влияния факторов на региональную производительность труда // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 7. – С. 132.
2. Васенин М. Д., Исмагилова Г. В. Исследование факторов, влияющих на производительность труда в металлургии // Весенние дни науки.— Екатеринбург, 2022. – 2022. – С. 984-988.
3. Мишин П. Н. Производительность труда в российских компаниях: факторы роста // Путеводитель предпринимателя. – 2023. – Т. 16. – № 1. – С. 68-73.
4. Никитина Н. А. и др. Анализ влияния цифровизации экономики на производительность труда в России // IT-Economy. – 2020. – Т. 82. – № 2. – С. 7-17.
5. Шарин В. И. Социальные факторы производительности труда // Журнал «Human Progress». – 2023. – Т. 9. – № 1.

УДК 331.1

РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

РЕЗНИКОВА ОЛЬГА СЕРГЕЕВНА,

д.э.н., профессор,

ТАРАН МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ

студент

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

Аннотация: исследование компетенций персонала в сфере гостеприимства имеет высокое значение для повышения качества обслуживания и конкурентоспособности предприятий. В данной статье проанализированы ключевые проблемы, выявленные комплексным исследованием, а также предложены практические и инновационные рекомендации по совершенствованию компетенций персонала. Реализация таких мер позволит улучшить качество работы персонала, повысить уровень обслуживания и удовлетворенность клиентов, что является стратегически важным в современной сфере гостеприимства.

Ключевые слова: компетенции персонала, сфера гостеприимства, качество обслуживания, обучающие программы, эмоциональный интеллект, инновации в обучении.

DEVELOPMENT OF THE COMPETENCIES OF THE STAFF OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

Reznikova Olga Sergeevna,**Taran Maxim Dmitrievich**

Abstract: The study of personnel competencies in the hospitality industry is of high importance for improving the quality of service and competitiveness of enterprises. This article analyzes the key issues identified by the comprehensive study and offers practical and innovative recommendations for improving staff competencies. The implementation of such measures will improve the quality of staff work, increase the level of service and customer satisfaction, which is strategically important in the modern hospitality industry.

Key words: personnel competencies, hospitality industry, quality of service, training programs, emotional intelligence, innovations in training.

В условиях современного конкурентного рынка одним из ключевых факторов успешности предприятий сферы гостеприимства является компетентный и профессиональный персонал. Эффективность работы предприятия напрямую зависит от уровня компетенций его сотрудников. Именно поэтому вопрос совершенствования компетенции персонала становится предметом все более тщательного изучения и практической реализации на различных предприятиях гостеприимства.

Компетентный персонал - это не только знание процессов и технологий, но и умение применять их в практической деятельности, а также обладание необходимыми навыками и качествами личности. В сфере гостеприимства требования к персоналу особенно высоки, поскольку в данной отрасли важны не только профессионализм и опыт, но и эмоциональный интеллект, умение работать в команде, коммуникативные навыки и умение быстро реагировать на изменяющиеся обстоятельства. Современные тенденции развития сферы гостеприимства накладывают дополнительные требования на персонал, такие как мультитаскинг, готовность к обучению и постоянному развитию, адаптивность к изменениям и

высокая уровень сервиса[1, с.172]. Поэтому важной составляющей успеха любого предприятия становится постоянное совершенствование компетенций персонала в соответствии с актуальными требованиями рынка и потребностями клиентов.

Для изучения и анализа компетенций персонала в сфере гостеприимства была использована комплексная методология, включающая как качественные, так и количественные методы исследования. При анализе компетенций персонала предприятия были проведены наблюдения за рабочим процессом, интервью с сотрудниками различных уровней, а также анкетирование для выявления самооценки своих компетенций сотрудниками.

Выбор методологии обусловлен необходимостью получить как объективную картину существующих компетенций персонала, так и выявить потребности в развитии и совершенствовании профессиональных навыков. Интеграция различных методов исследования позволила получить более полное и всестороннее понимание ситуации с компетенциями персонала на предприятии. Обзор выборки исследования включал в себя представителей различных подразделений предприятия, как исполнителей, так и руководителей. Это позволило охватить широкий спектр профессиональных иерархий и квалификационных уровней сотрудников, что способствовало получению максимально точной и репрезентативной картины компетенций на предприятии.

Проведенное исследование позволило выявить, что основными ключевыми компетенциями, необходимыми для успешной работы в сфере гостеприимства, являются: отличные коммуникативные навыки; готовность к обучению и умение быстро адаптироваться; клиентоориентированность и умение работать в команде; эмоциональный интеллект и способность к эмпатии; умение эффективно решать проблемы в нестандартных ситуациях[2].

Анализ существующих компетенций показал расхождение между требованиями рынка и актуальными навыками сотрудников. Исходя из этого, разработка программы по совершенствованию компетенций персонала и их дальнейшему развитию становится приоритетной задачей для повышения эффективности работы предприятия в сфере гостеприимства.

Проведенный анализ позволил выявить несколько основных проблем[3], препятствующих развитию компетенций персонала в сфере гостеприимства, которые оказывают негативное влияние на эффективность работы предприятий и качество обслуживания клиентов:

1. Недостаточное коммуникативное взаимодействие: Одной из основных проблем в этой сфере является – недостаточное взаимопонимание и коммуникация между сотрудниками различных отделов, что приводит к ошибкам в работе, недоразумениям и конфликтам, в свою очередь, отражается на качестве обслуживания гостей.

2. Отсутствие проактивности и инициативы. Часто сотрудники не проявляют достаточной инициативы и проактивности в решении проблемных ситуаций или повышении уровня сервиса, что снижает уровень клиентского удовлетворения и конкурентоспособность предприятия.

3. Недостаточное обучение и развитие персонала. Отсутствие системы обучения и развития персонала на предприятии приводит к застою в профессиональном росте сотрудников, что в конечном итоге отрицательно сказывается на качестве предоставляемых услуг и уровне удовлетворенности клиентов.

4. Несоответствие требованиям рынка. Сфера гостеприимства активно развивается, и требования к персоналу постоянно меняются. Неспособность оперативно адаптироваться и приобрести новые навыки может стать серьезным препятствием для эффективной работы сотрудников. Выявленные проблемы требуют комплексного подхода и разработки программы по совершенствованию компетенций персонала в соответствии с актуальными требованиями рынка и потребностями клиентов в сфере гостеприимства.

Для решения выявленных проблем с компетенциями персонала в сфере гостеприимства рекомендуется применение следующих практических мер общей направленности [4, с.70]:

1. Проведение обучающих программ: регулярное обучение и развитие персонала на основе анализа потребностей и требований рынка поможет сотрудникам усовершенствовать свои профессиональные навыки и быть готовыми к новым вызовам.

2. Развитие коммуникативных навыков: организация тренингов и семинаров по развитию коммуникативных навыков поможет улучшить взаимодействие между сотрудниками и повысить качество обслуживания гостей.

3. Внедрение системы менторства: создание программы менторства, где опытные сотрудники будут обучать и сопровождать новых коллег, способствует передаче знаний и опыта, а также повышению уровня профессионализма в коллективе.

4. Повышение эмоционального интеллекта: проведение тренингов по развитию эмоционального интеллекта позволит сотрудникам лучше понимать и управлять своими эмоциями, что положительно скажется на качестве обслуживания и уровне удовлетворенности клиентов.

5. Внедрение системы поощрения и мотивации: создание системы поощрения и мотивации сотрудников за достижение результатов и лучшее выполнение своих обязанностей способствует увеличению вовлеченности и эффективности работы персонала.

Считаем целесообразным дополнительно предложить уникальные рекомендации по совершенствованию компетенций персонала в сфере гостеприимства:

1. Использование виртуальной реальности для тренировок: внедрение уникальной практики использования виртуальной реальности для тренировки навыков обслуживания и решения нестандартных ситуаций в реальном времени. Это поможет сотрудникам развить способности быстро реагировать на изменчивые обстоятельства.

2. Организация ролевых игр и импровизации: проведение специальных тренингов, в рамках которых сотрудники будут играть роли гостей с различными запросами и жалобами. Это поможет развить эмпатию, коммуникативные навыки и способность находить нестандартные решения.

3. Гастрономические мастер-классы: организация мастер-классов со знаменитыми шеф-поварами или сомелье поможет сотрудникам расширить кругозор, улучшить навыки сервиса и стать настоящими экспертами в области гастрономии.

4. Технические инновации на практике: внедрение новейших технологий, таких как чат-боты для оперативного общения с гостями, аналитика данных для предсказания потребностей клиентов или интерактивные мультимедийные ресурсы для обучения персонала.

5. Психологические тренинги по управлению стрессом: обучение сотрудников методам психологической саморегуляции, техникам управления стрессом и повышения уровня концентрации, что поможет справляться с высокой нагрузкой и сохранять эмоциональное равновесие в любой ситуации. Инновационные подходы к совершенствованию компетенций персонала в сфере гостеприимства могут стать ключевым фактором в привлечении и удержании квалифицированных специалистов, а также повысить уровень сервиса и удовлетворенность клиентов, сделав предприятие более конкурентоспособным в долгосрочной перспективе.

Совершенствование компетенций персонала в сфере гостеприимства является важным фактором успеха любого предприятия. Уровень профессионализма и качество обслуживания оказывают прямое влияние на удовлетворенность клиентов и конкурентоспособность бренда. Реализация предложенных практических рекомендаций поможет предприятиям улучшить качество работы персонала, повысить лояльность клиентов и укрепить свои позиции на рынке гостеприимства. Для достижения успеха и процветания в сфере гостеприимства необходимо инвестировать в развитие своего главного актива – человеческого капитала, совершенствуя его компетенции и поддерживая постоянное профессиональное развитие. Именно в этом ключе следует рассматривать стратегический подход и меры по совершенствованию компетенции персонала на предприятиях сферы гостеприимства.

Список источников

1. Мутавчи Е.П. Формирование профессиональной позиции специалиста по сервису и туризму [Текст]// Ярославский педагогический вестник. – 2020. – №3. – С. 170-173.

2. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес [Текст]. – Ростов-на-Дону: Феникс. – 2021. – 348 с.

3. Федулин А.А. Подготовка кадров для туризма: проблемы и задачи / А.А. Федулин // «Бюджет». – 2019. – №4. – [Электронный ресурс].– Режим доступа:URL: <http://bujet.ru/article/55618.php> (01.05.2024)
4. Адельшин А.А. Важные аспекты при подготовке специалистов для организаций туристской индустрии // Вопросы туризмоведения. – 2022. – №2(2). – С. 70.

© О.С. Резникова, М.Д.Таран, 2024

УДК 331.101.3

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И МОТИВАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

ТАРАН МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ

студент

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

*Научный руководитель: Резникова Ольга Сергеевна**д.э.н., профессор**ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»*

Аннотация: в данной статье рассмотрены основные аспекты управления персоналом в гостиничном бизнесе. Проанализированы современные исследования и выделены практические рекомендации для менеджеров и руководителей отелей. Обсуждается влияние мотивации, лидерства, адаптации к изменениям в индустрии на успешность управления человеческими ресурсами в гостиничном секторе.

Ключевые слова: управление персоналом, гостиничный бизнес, мотивация, инновации, развитие персонала.

PERSONNEL MANAGEMENT AND MOTIVATION IN THE HOTEL BUSINESS

Taran Maxim Dmitrievich*Scientific adviser: Reznikova Olga Sergeevna*

Abstract: this article explores key aspects of personnel management in the hospitality industry. Modern research findings are analyzed, and practical recommendations for hotel managers and executives are identified. The influence of motivation, leadership, adaptation to industry changes on the successful management of human resources in the hospitality sector is discussed.

Key words: personnel management, hospitality industry, motivation, innovation, employee development.

Управление персоналом и мотивация сотрудников в гостиничном бизнесе являются ключевыми аспектами успешной деятельности отрасли гостеприимства. Развитие эффективных стратегий управления персоналом и повышение мотивации сотрудников помогают обеспечить высокий уровень обслуживания и доверие со стороны клиентов. В контексте современных вызовов и изменений на рынке гостиничных услуг, понимание и применение современных методов управления персоналом становится неотъемлемой частью успеха любого гостиничного предприятия.

Управление персоналом в гостиничной индустрии представляет собой сложный и многоуровневый процесс, направленный на организацию и координацию деятельности персонала с целью достижения стратегических целей предприятия.

Эффективное управление персоналом включает в себя планирование, найм, обучение, стимулирование и развитие сотрудников [1, с.76]. Основной целью управления персоналом в гостиничной сфере является создание благоприятных условий для работы сотрудников, обеспечивающих высокое качество обслуживания гостей. Важными аспектами успеха в данной области являются адекватный подбор персонала с учетом требований должности, система мотивации, развитие культуры предприятия и эффективная коммуникация между сотрудниками и руководством. Анализ современных тенденций в

управлении персоналом в гостиничной отрасли позволяет выявить важные изменения в подходах к управлению персоналом, такие как переход к гибким формам трудовых отношений, акцент на развитии лидерских качеств сотрудников и внедрение инновационных практик управления персоналом. Освоение современных технологий и методов управления персоналом становится ключевым фактором конкурентоспособности гостиничных предприятий в условиях быстро меняющегося рынка.

Мотивация персонала в гостиничном бизнесе играет ключевую роль в формировании высокой профессиональной исполнительности и стимулировании сотрудников к лучшим результатам. Понимание факторов, влияющих на мотивацию персонала, является необходимым для разработки эффективных стратегий управления человеческими ресурсами в гостиничной индустрии. Среди основных факторов мотивации сотрудников в гостиничном бизнесе выделяются возможности профессионального и карьерного роста, система вознаграждения, признание и поощрение, рабочая атмосфера, баланс работы и личной жизни.

Эффективные стратегии мотивации персонала в гостиничной отрасли включают в себя разработку индивидуальных программ стимулирования, создание благоприятной корпоративной культуры, обеспечение возможностей для профессионального развития и обучения сотрудников, а также использование инновационных методов мотивации, таких как гибкие графики работы, возможность удаленной работы, участие в проектах и тимбилдинг-мероприятиях.

В гостиничном бизнесе практические аспекты управления персоналом включают в себя комплекс мероприятий, направленных на эффективное управление человеческими ресурсами с целью достижения стратегических и операционных целей предприятия. На практике успешное управление персоналом в гостиничной индустрии включает аспекты, представленные на рис. 1.

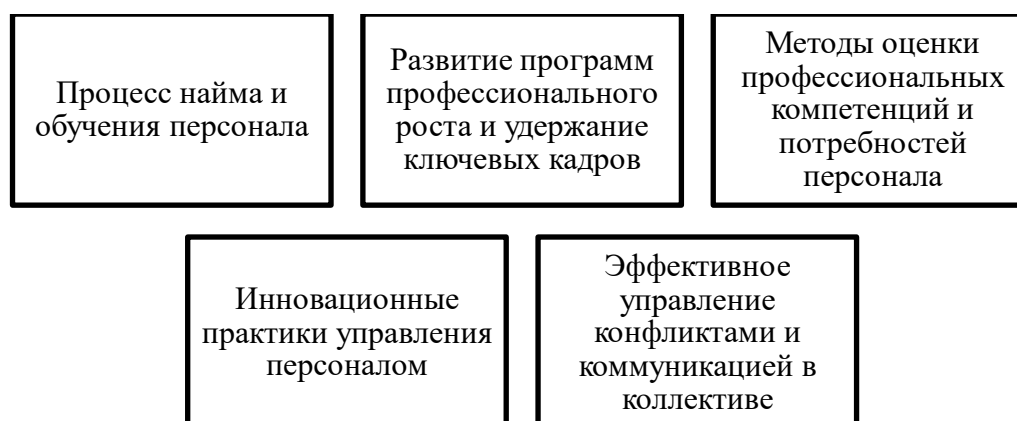


Рис. 1. Элементы эффективного управления персоналом в гостиничной индустрии

Качественный процесс найма персонала играет важную роль в формировании команды профессионалов, способных обеспечить высокий уровень обслуживания гостей. В гостиничном бизнесе не только важно найти кандидатов с нужными навыками и опытом работы, но и соответствующих ценностям и корпоративной культуре предприятия. Последующее профессиональное обучение новых сотрудников позволяет повысить их профессиональный уровень и адаптироваться к особенностям работы в отеле.

Разработка программ профессионального роста для сотрудников играет важную роль в удержании ключевых кадров и мотивации персонала на постоянное развитие. Планы карьерного роста, обучение новых навыков, участие в профессиональных тренингах и мастер-классах способствуют повышению уровня профессионализма сотрудников, что в свою очередь положительно сказывается на качестве обслуживания гостей.

Систематическая оценка профессиональных компетенций сотрудников и анализ их потребностей позволяют руководству гостиничных предприятий оптимизировать процессы управления персоналом и принимать обоснованные решения по развитию кадрового потенциала компании. Регулярное проведение оценок профессиональных навыков, обратная связь от руководства и планирование индивидуаль-

ных программ развития становятся основой эффективного управления персоналом.

Инновационные практики управления персоналом в гостиничном бизнесе играют ключевую роль в повышении эффективности рабочих процессов, улучшении взаимодействия между сотрудниками и обеспечении высокого уровня обслуживания гостей. Применение современных технологий, таких как программы автоматизации HR-процессов, платформы для онлайн обучения и развития персонала, позволяет сделать управление персоналом более эффективным и прозрачным. Развитие цифровых инструментов для анализа данных о профессиональной деятельности сотрудников позволяет руководству компании принимать обоснованные решения по стимулированию успешных сотрудников, а также выявлять и устранять проблемные моменты в работе персонала. Использование мобильных приложений для обратной связи сотрудников, организация внутренних коммуникаций и поддержка командной работы через цифровые платформы способствуют созданию эффективной и проактивной рабочей среды.

Успешное управление персоналом в гостиничной сфере также включает в себя эффективное урегулирование конфликтов и развитие культуры коммуникации в коллективе. Разработка механизмов раннего выявления конфликтных ситуаций, проведение тренингов по коммуникации и конструктивному взаимодействию, а также построение открытой и доверительной атмосферы на рабочем месте способствуют снижению напряженности в коллективе и улучшению работоспособности сотрудников. Эффективное управление персоналом в гостиничном бизнесе требует внимательного изучения потребностей и мотивации сотрудников, разработки индивидуальных подходов к каждому сотруднику и постоянного обновления стратегий управления в соответствии с современными тенденциями и вызовами отрасли. Внедрение инновационных подходов в управлении персоналом становится необходимостью для успешного развития гостиничных предприятий и достижения высоких результатов в условиях конкурентного рынка.

Современные исследования в области управления персоналом и мотивации в гостиничном бизнесе выявляют ряд ключевых аспектов, влияющих на успешность управления человеческими ресурсами в данной отрасли [2]. Обзор результатов таких исследований позволяет выделить следующие важные выводы:

1. Влияние мотивации на профессиональную деятельность: исследования показывают, что высокий уровень мотивации сотрудников в гостиничном бизнесе прямо влияет на качество обслуживания гостей, уровень удовлетворенности клиентов и финансовые показатели предприятия.

2. Роль лидерства в формировании мотивации: исследования подчеркивают важность роли руководителей и менеджеров в создании мотивационной среды на рабочем месте, в установлении целей и оценке результатов, а также в поддержании высокого уровня морали и профессионализма среди сотрудников.

3. Адаптация к изменениям в индустрии: исследования указывают на необходимость гибкости и адаптации персонала к постоянно меняющимся требованиям и тенденциям в гостиничном бизнесе, что требует постоянного обучения, развития новых навыков и нацеленности на качество обслуживания [3, с.134].

На основе вышеперечисленных исследований формулируются практические рекомендации для менеджеров и руководителей гостиничных предприятий, направленные на оптимизацию управления персоналом и стимулирование мотивации сотрудников:

1. Развитие системы стимулирования: создание системы премирования, бонусов и поощрений на основе достижения целей и профессиональных успехов сотрудников способствует повышению мотивации и эффективности работы коллектива.

2. Обучение и развитие персонала: инвестирование в обучение и развитие персонала, в том числе проведение тренингов, мастер-классов и программ профессионального роста, поможет удержать высокопрофессиональных сотрудников и подготовить кадровый резерв.

3. Установление прозрачной системы целей и оценки результатов: определение четких и достижимых целей сотрудников, регулярная обратная связь по их выполнению, а также проведение оценки профессиональных результатов позволит эффективно управлять рабочим процессом и мотивировать

команду. Исходя из состояния современной науки и практики управления персоналом в гостиничном бизнесе, применение данных практических рекомендаций способствует созданию благоприятной рабочей среды, повышению профессионализма сотрудников и обеспечению успеха гостиничного предприятия в конкурентной среде.

Эффективное управление персоналом в гостиничном бизнесе оказывает прямое влияние на качество обслуживания гостей, финансовую успешность предприятия и создание благоприятной рабочей атмосферы. Сочетание лучших практик, инновационных подходов, адаптации к изменениям в отрасли и активной работы над мотивацией и развитием персонала поможет гостиничным предприятиям достичь высоких результатов и удержать лидирующие позиции на рынке гостеприимства.

Список источников

1. Епишкин И. Е. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие // Москва: МИИТ. – 2023. – 157 с.
2. Рачкова С. Б. Мотивационные исследования: диагностика эффективности системы мотивации компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.personalnavigator.ru/motivacionye-issledovaniya> (28.04.2024)
3. Полевая М. В. Управление персоналом в гостиничном сервисе: Учебник // Москва: «Академия». – 2021. – 208 с.

© М.Д.Таран, 2024

УДК 33

ОРГАНИЗАЦИЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА,

доцент кафедры экономики, управления и права

СИМОНОВА СВЕТЛАНА КОНСТАНТИНОВНАстудентка Естественно-технологического факультета
ФБГОУ ВО «ЮУрГГПУ»

Аннотация: в данной статье рассматриваются разработки теоретических и методических средств для активизации творческого мышления и поисковых технических решений, из-за необходимости быстрой адаптации всех компаний к изменяющимся внешним условиям, создаваемыми конкурентами, а именно креативный менеджмент, а также его особенности и некоторые основные подходы к поиску креативных решений и генерированию идей.

Ключевые слова: менеджмент, креативность, креативное мышление в предпринимательстве, креативный менеджмент, креативное предпринимательство.

ORGANIZATION OF CREATIVE MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

**Pluzhnikova Irina Ivanovna,
Simonova Svetlana Konstantinovna**

Abstract: this article discusses the development of theoretical and methodological tools to activate creative thinking and search for technical solutions, due to the need for rapid adaptation of all companies to the changing external conditions created by competitors, namely creative management, as well as its features and some basic approaches to finding creative solutions and generating ideas.

Key words: management, creativity, creative thinking in entrepreneurship, creative management, creative entrepreneurship.

На сегодняшний день в условиях рыночной экономики существует острая конкуренция между предприятиями различных отраслей. Это указывает на необходимость быстрой адаптации всех компаний к изменяющимся внешним условиям, создаваемыми конкурентами. В связи с этим возникает потребность в установлении высоких стандартов для управленцев, их способностях к разработке инновационных идей, а также в творческом потенциале организаций. Увеличение требований к управленческому персоналу во многом обусловлено усилением процессов реформирования и инновационных изменений по всей стране.

В России и за рубежом появились разработки теоретических и методических средств для активизации творческого мышления и поисковых технических решений. Это свидетельствует о развитии научных основ технического творчества, создании методик активизации творческого процесса, обучении основам творчества, а также о создании благоприятных условий для творчества в научных, проектно-конструкторских и технологических организациях, на предприятиях и в вузах.

Сочетание креативного мышления и менеджмента становится актуальным и необходимым. Такие аспекты как управление персоналом и креативность объединяются в одно целостное понятие «креативный менеджмент». Но чтобы понять сущность понятия «креативный менеджмент», необходимо рассмотреть определения каждого из этих аспектов.

Менеджмент (англ. management — управление, система управления) — это комплекс современных методов, подходов, инструментов и принципов, применяемых для повышения эффективности деятельности организаций различных видов. Управление рассматривается как процесс, завершением или его результативной точкой является конкретный результат в виде произведенной продукции и достигнутых целей.

Креативность — это способность личности к творческой активности в различных сферах профессиональной деятельности, результатом, которой является формирование новых, нестандартных подходов, технологий и методов осуществления профессиональной деятельности, разработка и получение новых, уникальных продуктов.

Креативное мышление в менеджменте — это способность находить инновационные идеи, применять нестандартные методы решения проблем и эффективно управлять бизнес-процессами.

Так что же такое креативный менеджмент и зачем он нужен?

Креативное управление представляет собой эффективное управление структурами, процессами и ресурсами с целью достижения заданных целей с применением нестандартных (творческих) подходов. В этом подходе творчество играет роль не только объекта управления, но и средства для повышения эффективности, источника инноваций, стиля управления, потенциала развития и человеческого фактора [2].

Понятие креативного менеджмента пересекается с понятием инновационного менеджмента (от слова «innovate» - вводить новшество, производить перемены), но не исчерпывается им. Связь инновации с креативностью в упрощенном понимании прослеживается в определении: «Инновации — это заимствование, адаптация либо практическое использование креативного элемента (то есть продукта с добавленной стоимостью) третьей стороной». В то же время инновация, т.е. введение новшества в экономику, технологию, услугу, также может иметь креативную составляющую, содержать элементы творчества [4].

Креативное управление затрагивает проблемы управления коллективом, особенно те, которые связаны с областями, не поддающимися четкой формализации, и подчиняющимися изменчивым, «плавающим» критериям целеполагания.

Формирование креативного подхода к управлению предполагает необходимость создания современных структур, способствующих раскрытию творческого потенциала и стимулированию мотивации сотрудников организации, а также увеличению результативности совместной деятельности.

В креативной организации эффективным является сочетание групповой и командной работы. Для создания такой организации необходимо провести кадровое, командное и организационное проектирование последовательно. При организационной структуре необходимо учитывать и соединять три основных уровня: индивидуальный, групповой и организационный, в рамках целевой, функционально-технологической и структурной моделей. Таким образом, креативное управление достигается через создание управленческих структур с креативным потенциалом.

Понятие креативного менеджмента тесно связано с креативным предпринимательством. Предпринимательство изначально представляет собой самостоятельную деятельность, осуществляемую на собственный риск и направленную на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицам, зарегистрированным в установленном порядке [6].

Креативное предпринимательство — это прежде всего работа на себя или создание бизнеса в какой-либо творческой сфере. Креативный предприниматель отличается от типичного предпринимателя тем, что занимается созданием или эксплуатацией творческого, или интеллектуального капитала. Креативные предприниматели инвестируют в развитие талантов, своих собственных или других людей.

Креативный менеджмент имеет ряд своих особенностей, которые следует учитывать, а организации креативного менеджмента на предприятии и не только:

1. Поиск альтернативных стратегий в расширенном пространстве допустимых решений.
2. Анализ альтернатив с помощью многокритериальной оптимизации.
3. Создание механизма реализации стратегий с учётом человеческого фактора.

4. Обеспечение эффективного контроля как компромисса между стоимостью системы контроля и её гарантированной эффективностью.

Исходя из этого можно выделить основные подходы к поиску креативных решений и генерированию идей:

1. Мозговой штурм. Мозговой штурм или брейнсторминг, представляет собой метод коллективного поиска решений. В рамках этого подхода сотрудники компании собираются вместе и совместно обсуждают конкретную задачу, высказывая свои идеи вслух. Таким образом, наилучший вариант появляется в результате совместных усилий. Этот подход был разработан в 1940-х годах Алексом Осборном с целью получения максимального количества вариантов для решения задачи.

2. Мыслительные колпаки Эдварда Де Боно. Этот метод также известен как "Шесть шляп мышления". Основная концепция "Шести шляп" заключается в параллельном мышлении. Параллельное мышление представляет собой конструктивный подход, при котором различные точки зрения и подходы сосуществуют, не сталкиваясь друг с другом. В групповой работе наиболее распространена модель, включающая определение последовательности шляп в начале сессии в зависимости от поставленной задачи. Затем начинается сессия, в ходе которой все участники одновременно "надевают" шляпы одного цвета в соответствии с заранее определенной последовательностью и работают в соответствующем режиме. Модератор остается под синей шляпой, контролируя процесс, а результаты сессии обобщаются также под синей шляпой.

3. Ментальные карты. Майндмэппинг (mindmapping, ментальные карты) представляет собой эффективный метод визуализации мыслей и альтернативной формы записи. Согласно данной концепции, креативный процесс тесно связан с памятью человека, поэтому особое внимание следует уделить ее развитию. Суть методики заключается в том, чтобы расположить ключевое понятие в центре листа, а все необходимые для запоминания ассоциации размещать на ветвях, исходящих из этого основного термина.

4. Синектика. В ходе синектического штурма критика допускается с целью стимулирования развития и трансформации высказанных концепций. Организацией такого штурма занимается постоянная группа, члены которой постепенно привыкают к совместной деятельности. Важно отметить, что они перестают испытывать страх перед критикой и не воспринимают как личное обиду, если их идеи отвергают.

5. Метод фокальных объектов. Метод фокальных объектов (МФО) представляет собой подход к генерации новых идей и характеристик объекта путем присоединения к изначальному объекту свойств других, случайно выбранных объектов. Его также называют методом случайных объектов. Основные концепции этой методики включают ассоциативный поиск и эвристические качества случайности.

6. Морфологический анализ. Метод морфологического анализа представляет собой подход к решению задач, который основан на выборе различных вариантов для отдельных элементов задачи (называемых морфологическими признаками), а затем на систематизированном формировании их комбинаций.

7. Метод анализа иерархий. Метод анализа иерархий предполагает, что анализ проблемы начинается с построения иерархической структуры, включающей цель, критерии, альтернативы и другие факторы, влияющие на окончательное решение. Эта структура отражает способ, которым лицо, принимающее решение, осмысливает проблему, представляя собой набор элементов, каждый из которых касается определенного аспекта проблемы.

8. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ). ТРИЗ, также известная как теория решения изобретательских задач, представляет собой совокупность методов для решения проблем и совершенствования систем, основанных на креативном подходе. Эта система считается одной из наиболее систематических теорий, направленных на развитие творческого мышления. В контексте ТРИЗ не существует правильных или неправильных ответов, поскольку упор делается на развитие гибкости ума, воображения и способности находить изящные и эффективные решения для сложных задач.

Креативистика, подобно любой другой науке, опирается на определенные принципы. Среди них можно выделить следующие:

а) Принцип «глубокие знания». Для достижения реальной продуктивности в творчестве необходимо глубоко понимать суть изучаемой предметной области.

б) Принцип «очищение взгляда». Процесс творчества требует отказа от устаревших стереотипов, догм и штампов; часто создание чего-то нового ограничивается психологической инерцией и отсутствием нестандартного взгляда.

в) Принцип «не выбрасывать младенца вместе с водой». Хотя отказ от устоявшихся стереотипов важен, его следует осуществлять рационально, обдуманно и обоснованно.

г) Принцип «крылья даны природой». Использование организационных и других управленческих методов для «производства» творца невозможно; творческий потенциал дан природой.

д) Аксиома «встать на крыло». Наука о творчестве и, стало быть, креативный менеджмент, сами по себе творца не порождая, позволяют ему, однако, овладеть более мощным и совершенным инструментарием для своей деятельности [5].

Уровень подготовки менеджера включает в себя способность использовать свой потенциал для генерации новых идей и альтернативных решений. Креативность позволяет обнаруживать неожиданные связи и возможности, которые могут показаться странными на первый взгляд. Ее проявление заключается в способности адекватно реагировать на новшества.

Современная деятельность требует от менеджеров развития способности мыслить и действовать нешаблонно, а также принимать управленческие решения, выходящие за рамки стандартного подхода. Важно понимать, что способность к креативному мышлению доступна каждому, не являясь исключительной прерогативой гениев.

Список источников

1. Базавлущая Л.М., Гнатышина Е.А., Плужникова И.И., Изюмникова С.А. Качество современного менеджера: формирование, развитие и оценка: Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 271 с.
2. Ванюрихин Г. И. Креативный менеджмент// Менеджмент в России и за рубежом. - 2001. - №2. С. 123-143.
3. Изюмникова С.А., Плужникова И.И. Предпосылки и тенденции применения технологии бенчмаркинга в подготовке будущих педагогов профессионального обучения. – М.: Современная высшая школа: инновационный аспект, 2021. Т.13 № 4(54). С. 72-81.
4. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент// Российский экономический журнал. - 1995. - №11. С.78-83
5. Креативный менеджмент как системообразующий фактор креативности потенциала коллектива [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5405923/> (дата обращения: 03.05.2024)
6. Орлов А.И., Орлова О.А. Креативный предприниматель// Российское предпринимательство. - 2001. - № 11 (23). - С. 8-14. [Электронный образовательный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://old.creativeconomy.ru/articles/9476/> (дата обращения: 22.04.2024)
7. Плужникова И.И., Изюмникова С.А. Теория управления в сфере образования: учеб. пособие. – Челябинск: Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 152 с.

© И.И. Плужникова, С.К. Симонова, 2024

УДК 33

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 2024 ГОДА

СЛЕЗИНА ЕКАТЕРИНА ОЛЕГОВНА,

студентка Естественно-технологического факультета

ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНАдоцент кафедры экономики, управления и права
ФБГОУ ВО «ЮУрГГПУ»

Аннотация: в статье рассматриваются модели управления персоналом в 2024 году, которые чаще всего используют организации, и форма работы и управление персоналом, также узнаем, от чего зависит выбор модели управления персоналом, и выделили 5 HR-трендов в моделях управления 2024.

Ключевые слова: модель управления, модель управления персоналом, гибридный формат, управление производительностью, дополнительные возможности.

THE 2024 HR MANAGEMENT MODEL

**Slezina Ekaterina Olegovna,
Irina Ivanovna Pluzhnikova**

Abstract: the article examines the models of personnel management in 2024, which are most often used by organizations, and the form of work and personnel management, we also find out what determines the choice of a personnel management model, and identified 5 HR trends in management models 2024.

Key words: management model, personnel management model, hybrid format, performance management, additional features.

Быстро меняющаяся рабочая среда постоянно ставит новые задачи не только перед HR-специалистами, но и руководителями. Чтобы эффективно управлять и достигать своих целей, команды должны уметь адаптироваться и применять соответствующие подходы.

Руководители считают, что менеджеры просто проводят собеседования и отбирают кандидатов на должности. Обязанности HR-отдела гораздо шире: учитывать талант сотрудников, мотивировать сотрудников выполнять качественную работу и удерживать ценных сотрудников. Успех компании зависит от эффективной кадровой политики – в противном случае ценные сотрудники переманиваются конкурентами.

Модель управления – это концепция, которая постоянно меняется. Новые форматы бизнеса появляются и исчезают с головокружительной скоростью. А вместе с ними происходит трансформация всех составляющих деловой жизни – от основ этики до коммуникационных технологий. Развитие управленческих моделей на этом фоне представляют собой чрезвычайно интересные явления. Необходимо внимательно следить за ними и, по возможности, анализировать.[1] Предлагаем познакомиться с новейшими моделями управления и HR-трендами.

Модели управления персоналом – это не что иное, как стратегии или подходы, которые компания применяет для оптимизации работы своего персонала. Это включает в себя различные аспекты, такие как подбор персонала, обучение, аттестация производительности, мотивация и, конечно же, удержание сотрудников.[1]

Модели управления человеческими ресурсами позволяют компаниям эффективно управлять своими сотрудниками и использовать их потенциал. Это приводит к повышению производительности, улучшению корпоративной культуры и, в конечном итоге, увеличению прибыли.

Выбор модели управления персоналом зависит от целей организации и культуры компании. Если нужно создать здоровую корпоративную культуру и установить долгосрочные отношения со своими сотрудниками или если компания ориентирована на достижение результатов и эффективное использование ресурсов, то рассматривают контрастные модели управления персоналом.

Многие организации используют гибридные модели управления персоналом, сочетающие в себе элементы разных моделей. Использование моделей управления персоналом может привести к повышению производительности, повышению мотивации и удовлетворенности сотрудников, улучшению управления производительностью, укреплению корпоративной культуры и удержанию талантов.

Рассмотрим гибкие формы работы и управления персоналом:

- Гибридный формат

Гибридная модель работы стала одним из главных HR-трендов. Сотрудники совмещают присутствие в офисе и удаленную работу в зависимости от своих задач и потребностей. Этот подход более эффективен, чем полноценная удаленная работа или офисный формат по многим причинам.

Главным преимуществом гибридной модели является оптимизация производительности. Позволяя людям выбирать, когда и где им работать, компании дают командам возможность максимизировать свой потенциал. Офис способствует командной работе, сплоченности и обмену идеями, а удаленная работа позволяет сосредоточиться на задачах, требующих большей концентрации. Этот баланс приводит к оптимальным результатам. Кроме того, гибридный формат помогает привлекать и удерживать таланты. Сотрудники сами выбирают комфортный режим работы, который создает более комфортные условия и повышает удовлетворенность.

Гибридный формат также снижает операционные расходы компании: меньшее количество людей в офисе позволяет экономить на аренде и электроэнергии. Персонал не тратит время и деньги на дорогу.[2]

- Управление производительностью

Все больше и больше организаций переходят от традиционного контроля времени к управлению производительностью. Этот подход более эффективен с точки зрения производительности и создания сбалансированной рабочей среды. Он ориентирован на результат, на достижение целей и решение проблем. Сотрудники могут свободно выбирать собственный подход к задачам. Это мотивирует людей быть более активными и творческими. С другой стороны, контроль рабочего времени часто приводит к формальности и узкому подходу, тем самым сокращая пространство для самовыражения.

Одним из главных аргументов в пользу этой тенденции является более эффективное использование рабочего времени. Каждый человек уникален, и его работоспособность может меняться в зависимости от времени суток. Некоторые люди более продуктивны в первой половине дня, а у других пик приходится на вечер или даже ночь. Управление производительностью позволяет сотрудникам работать тогда, когда они чувствуют себя наиболее эффективно, вместо того, чтобы быть привязанными к стандартному графику работы.[2]

- Представление дополнительных возможностей

Добровольное медицинское страхование (ДМС), которое когда-то было роскошью в социальном пакете, стало само собой разумеющимся. Компании сейчас ищут новые и творческие способы привлечения и удержания талантов. Они расширяют горизонты льгот и льгот, стараются предложить больше, чем стандартные страховки и офисные документы. Предоставление дополнительных возможностей помогает бизнесу не только привлечь соискателей, но и построить долгосрочные отношения с существующими талантами.[2]

Проанализировав источники, мы выделили 5 HR-трендов в моделях управления 2024:

- развитие лидерства и эффективности управления;
- управление организационными изменениями;
- разработка льгот для сотрудников;

- улучшение рекрутмента;
- подготовка к будущим изменениям в рабочей среде.

В последние годы эксперты уделяют больше внимания их благополучию, психическому здоровью и семейной жизни. Поэтому спрос на блага, поддерживающие эти ценности, значительно возрастает. Когда сотрудники получают возможность преследовать свои личные интересы, это не только повышает удовлетворенность сотрудников, но и помогает компании удерживать таланты.

Баланс между работой и личной жизнью оказывает существенное влияние на общее состояние здоровья и производительность вашей рабочей силы. Перегрузка себя рабочими задачами без времени на отдых и корысть может привести к выгоранию и снижению мотивации. Организации, которые уделяют приоритетное внимание физическому и психическому благополучию своих сотрудников, создают среду, которая поддерживает их здоровье и производительность.

Соблюдение work-life balance повышает лояльность команды. Когда людям предоставляется свобода делить свое время между работой и личными делами, они чувствуют, что работодатель их ценит и доверяет им. Это создает позитивную атмосферу в коллективе и поддерживает атмосферу взаимного уважения.

Некоторые компании в Англии и США, например, предоставляют сотрудникам так называемые «duvet days» (от англ. «duvet» – одеяло, дословно «одеяльные дни») – несколько дней, когда вы можете не пойти на работу, а использовать их по своему усмотрению: чтобы отдохнуть, восстановиться или заняться личными делами. Для этого не обязательно иметь справку от врача или уважительную причину отсутствия.

Еще одним трендом в управлении персоналом является охрана психического здоровья. Постоянные изменения и высокая напряженность требуют от HR-специалистов не только заботы о физическом благополучии людей, но и заботы об их эмоциональном благополучии. Важно помнить, что стресс может распространяться в группе, как болезнь, от одного человека к другому. Это окажет долгосрочное влияние на эффективность работы, моральный дух и успех компании.

Психологически здоровые сотрудники более мотивированы и продуктивны. Когда они чувствуют, что компания их поддерживает и уважает, они готовы работать усерднее для достижения общих целей. Они лучше справляются со стрессом и проблемами, а их рабочие процессы более стабильны и продуктивны. Поэтому в настоящее время растет число работодателей, предлагающих консультации внутреннего психолога или компенсацию за использование услуг психологической поддержки.

Заработная плата больше не является решающим фактором в борьбе за таланты. Поэтому работодатели предлагают сотрудникам различные финансовые программы, среди прочего:

- консультации по финансовому менеджменту;
- пенсионное страхование;
- скидки на товары или услуги компании;
- возможность приобретения акций компании на выгодных условиях;
- бонусные и премиальные программы.

В постоянно меняющейся бизнес-среде статические навыки быстро устаревают. По этой причине непрерывное образование сотрудников становится важной частью стратегии успешных компаний. Какие у него преимущества:

1) Это помогает организации адаптироваться к тенденциям и технологиям. С появлением новых инструментов и подходов к рабочим процессам важно уметь быстро осваивать новые навыки. Это обеспечит понимание тенденций и внедрение инноваций в бизнес-процессы.

2) Это повышает эффективность и продуктивность команды. Развивая свои навыки, люди становятся более компетентными в своей области. Это повышает качество выполняемых задач и способствует более быстрой работе.

3) Это повышает мотивацию сотрудников. Перспектива развития и приобретения новых навыков делает работу интересной. Когда профессионалы видят, что фирма инвестирует в их профессиональное развитие, они чувствуют себя более ценными как члены команды и проявляют больший энтузиазм.

Организации, которые не инвестируют в обучение сотрудников, рискуют отстать от конкурентов.

Постоянное развитие и совершенствование компетенций делает людей более гибкими и позволяет компании соответствовать требованиям рынка и сохранять лидирующие позиции среди конкурентов.

Управление персоналом – это целый комплекс методов, направленных на повышение эффективности работы. Он предполагает решение множества проблем, и им должен заниматься отдел с опытными специалистами. В 2024 году от тех, кто занимается управлением персоналом, потребуется проявлять гибкость, уметь предвидеть события и готовиться к решению проблем до того, как они станут очевидными, уметь искать инновационные решения и находить новых талантливых сотрудников внутри организации, а не за ее пределами.[3]

Эпоха быстро меняющихся технологий, конкурентных рынков и растущих требований клиентов требует от компаний сосредоточиться на продукте или услуге и команде. HR в успешных организациях понимают, что это не просто затраты, а важная инвестиция в будущее. Они обеспечивают производительность, сплоченность команды, адаптируемость к изменениям и удовлетворенность сотрудников.

При этом в 2024 году акцент на поддержании благополучия сотрудников, сохранении квалифицированных кадров и развитии лидеров бизнеса не потеряет, а укрепит свои приоритетные позиции. Кадровые эксперты прогнозируют смещение акцентов на человекоцентрированные стратегии и ускоренный переход к концепции совмещения работы и личной жизни сотрудников.

Тенденции в области здоровья сотрудников, баланса между работой и личной жизнью, инвестиции в обучение и развитие специалистов, чуткое и гибкое руководство помогают создавать сильные EVP и привлекать лучшие таланты.

Список источников

1. Бабосов Е. М., Вайнилоич Э.Г., Бабосова Е.С. Управление персоналом. – М.: ТеатраСистемс, 2012. –
2. Moscow Business Academy, 2024. [сайт]: <https://moscow.mba/>
3. Плужникова И.И., Изюмникова С.А. Теория управления в сфере образования: учеб. пособие. – Челябинск: Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера». 2022.–271 с.

© Е. О. Слезина, И. И. Плужникова, 2024

УДК 331

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА И КРІ

СРЫМОВ АЛМАТмагистрант программы
МВА КБТУ

Аннотация: в статье автор исследует взаимосвязь системы мотивации труда персонала с ключевыми показателями эффективности (KPI), раскрывает сущность и содержание дефиниции KPI с точки зрения разных ученых, уточняет роль KPI в управлении компанией. Грамотно выстроенная система мотивации помогает устанавливать взаимосвязь между стратегическими целями компании и точками роста, определяя дальнейшее развитие бизнеса и ориентиры для эффективно деятельности.

Ключевые слова: система мотивации, ключевые показатели эффективности, управление по целям, персонал, бизнес процессы, методы управления.

STAFF MOTIVATION AND KPI SYSTEM

Srymov Almat

Abstract: In the article, the author explores the relationship of the personnel motivation system with key performance indicators (KPIs), reveals the essence and content of the definition of KPI from the point of view of various scientists, clarifies the role of KPI in company management. A well-designed motivation system helps to establish the relationship between the company's strategic goals and growth points, determining further business development and guidelines for effective operation.

Key words: motivation system, key performance indicators, goal management, personnel, business processes, management methods.

Зарубежный опыт управления бизнесом показывает высокую результативность применения ключевых индикаторов эффективности для усиления мотивации сотрудников. Современные компании начали активнее использовать технологии стратегического управления, в связи с чем разработка конкретных показателей эффективности становится актуальной проблемой.

В конце двадцатого века известным американским ученым Друкером П. была основана методика ключевых показателей эффективности. Он разработал метод управления по целям – Management by Objectives (MBO). Данный метод получил широкое применение, так как позволял измерять и оценивать индивидуальный вклад сотрудников в результаты деятельности организации. Персонализация результативности труда продемонстрировала повышение мотивации труда и положительно отразилась на результатах работников, подразделений, так и организаций в целом. Поэтому метод управления по целям стал активно использоваться в работе компаний и нашел широкую поддержку у менеджеров. В последующем методы разработки индикаторов эффективности совершенствовались и были реализованы в концепциях BSC и KPI [1].

В 90-х годах прошлого века американскими исследователями Д. Нортоном и Р. Капланом была сформирована концепция BSC (Balanced Scorecard). Система сбалансированных показателей способствует достижению стратегических целей бизнеса и состоит из четырех элементов, в том числе финансов, клиентов, бизнес процессов и обучения персонала. То есть единая концепция управления базируется на BSC, тогда как KPI используется компаниями для оценки эффективности деятельности.

Рассмотрим, как трактуют содержание категории Key Performance Indicators разные исследователи по данной проблеме (таблица 1).

Таблица 1

Авторские определения категории KPI

Авторы	Характеристика категории KPI
П. Друкер	KPI способствуют проведению комплексной оценки персонального вклада работника в общие результаты организации. Только измерение личных достижений поможет повысить доходность бизнеса.
Н. Каплан, Д. Нортон	KPI позволяют оценивать результативность функционирования как конкретных сотрудников, так и отдельных структурных подразделений, и компании в целом.
Д. Парментер	KPI характеризуют наиболее важные результаты деятельности компании посредством значимых индикаторов за конкретные промежутки времени
А. Гаврилюк	KPI отражают средний показатель доходности бизнеса и достижения обозначенных целей
В. Чай	KPI отбираются с помощью критериев, которые могут измерить значимые и приоритетные цели и задачи для компании
О. Бобков	KPI нацелены на проведение оценки результативности трудовых индикаторов как структурных единиц, так и организации в целом
Н. Аляудинов	KPI включают количественные параметры, на которые оказывают влияние ключевые факторы успеха
М. Панов	KPI отражают взаимосвязь достижения заданных целей с затраченными ресурсами
Д. Ткалич	KPI характеризуются системой финансовых и нефинансовых индикаторов, согласованных с тактическими и стратегическими целями бизнеса

Из таблицы 1 видно, что содержание характеристик ключевых показателей эффективности различными учеными существенно отличаются друг от друга. Мы считаем важным при раскрытии содержания KPI ставить акцент на стратегические и тактические цели. Так, под KPI мы понимаем комплексную оценку эффективности труда, выраженную через количественные показатели с учетом достижения поставленных стратегических и тактических целей.

Следует отметить, что KPI через определенные критерии и установленные метрики позволяют провести системный анализ эффективности труда каждого члена коллектива, отдельного подразделения и предприятия в целом. Ключевые показатели эффективности составляют основу системы мотивации в компании.

На рисунке 1 продемонстрирована взаимосвязь бизнес процессов с ключевыми показателями эффективности [2].



Рис. 1. KPI и построение бизнес-процессов

Известный исследователь в построении системы KPI Парментер Д. выделил основные характеристики KPI, которые представлены на рисунке 2 [3].

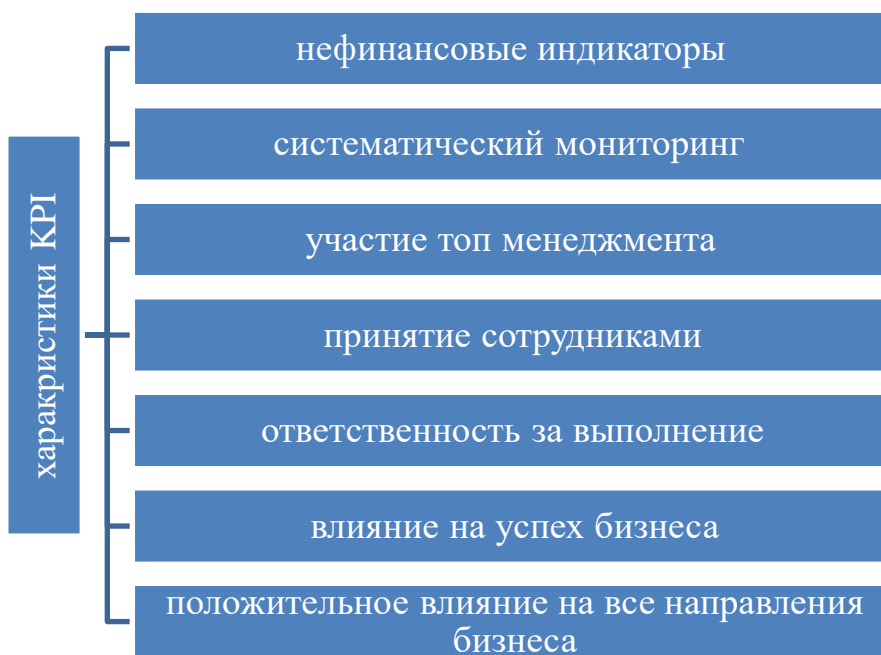


Рис. 2. Характеристики KPI по Парментеру Д.

Зарубежная практика использования KPI свидетельствует о том, что для эффективного управления и построения системы мотивации персонала можно рекомендовать следующее количество ключевых показателей эффективности:

- для организации в целом достаточно 15-20 индикаторов;
- для структурного подразделения необходимо 7-10 индикаторов;
- для одного работника – не более 5 индикаторов.

Особое место в управлении бизнесом на базе ключевых индикаторов эффективности отводится следующим методам:

- по оценке использованных ресурсов;
- по показателям эффективности труда;
- по оценке доходности бизнеса;
- по комплексной оценке абсолютных индикаторов результативности.

Рассмотрим перечисленные методы более подробно. Ресурсный подход управления базируется на проведении системной диагностике применения как материальных, так и нематериальных ресурсов для достижения операционных целей бизнеса. Сравнительный анализ использования ресурсов основывается на сопоставлении стандартных нормативов и метрик с фактическими затратами. Данный подход позволяет оперативно выявлять возникшие проблемы и своевременно применять управленческие рекомендации для их решения.

Одним из популярных методов оценки является метод, в основе которого – количественные показатели эффективности труда, такие как выработка продукции, трудоемкость, фондовооруженность, рентабельность труда, зарплатоотдача и др.

Метод оценки эффективности бизнеса базируется на анализе коэффициентов рентабельности совокупных активов, рентабельности собственного капитала, рентабельности инвестиций, рентабельности продукции, рентабельности реализации, рентабельности оборотного капитала и др.[4].

Также в практике управления бизнесом с положительной стороны зарекомендовал себя метод, оценивающий общие результаты деятельности предприятия, результаты функциональных служб и индивидуальные работников.

Таким образом, ключевые показатели эффективности представляют собой взаимосвязанные параметры эффективного управления компанией для достижения оперативных и стратегических целей. Они нацелены на повышение системы мотивации труда работников. При формировании KPI нужно

учитывать доступность и понимание заданных индикаторов персоналом компании. Важно заметить, что со временем мотивационный импульс применяемых КРІ снижается, поэтому ключевые показатели эффективности необходимо пересматривать, дополнять и корректировать.

Список источников

1. Интернет сайт KPI monitor / <https://kpi-monitor.ru/>
2. Коломиец А. И. Система КРІ. Учебник. /Издательство: Директмедиа Паблишинг, 2022 г., 64 с.
3. Парменгер Д. Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей. Пер. с англ. А. Платонова. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. 288 с
4. Сбалансированная система показателей [Электронный ресурс]. URL: <http://balanced-scorecard.ru/wiki/ССП> (дата обращения: 22.02.24)

УДК: 658

МЕНЕДЖМЕНТ: ИСКУССТВО ЭФФЕКТИВНОГО РУКОВОДСТВА

АДЕЛЬСЕИТОВА ЭЛЬМАЗ БЕКМАМБЕТОВНА,

к.э.н, доцент

СЕЙДАМЕТ ФЕТТАЕВ РЕДВАНОВИЧ

студент

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

Аннотация: данная статья посвящена анализу ключевых аспектов менеджмента как искусства эффективного руководства. Рассматривается роль лидерства, планирования, организации, координации и контроля в успешном управлении организацией. В статье так же описываются основные стратегии, используемые в процессе менеджмента

Ключевые слова: Менеджмент, эффективность, планирование, организация, координация, контроль.

MANAGEMENT: THE ART OF EFFECTIVE LEADERSHIP

**Adelseitova Elmaz Bekmambetovna,
Seidamet Fettaev Redvanovich**

Annotation: This article is devoted to the analysis of key aspects of management as the art of effective leadership. The role of leadership, planning, organization, coordination and control in the successful management of an organization is considered. The article also describes the main strategies used in the management process.

Key words: Management, efficiency, planning, organization, coordination, control.

Менеджмент – это широкий и многогранный термин, охватывающий различные аспекты управления в организациях. Он включает в себя планирование, организацию, координацию, руководство и контроль деятельности людей и ресурсов с целью достижения определенных целей. В современном мире менеджмент становится все более важным, поскольку организации стремятся повысить эффективность своей работы и адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка.

Рассмотрим сущность эффективного руководства.

Руководство – это искусство управления людьми и ресурсами с целью достижения поставленных задач и результатов. Эффективное руководство играет ключевую роль в современном бизнесе, поскольку от него зависит успех организации в динамичной и конкурентной среде. Понимание сущности эффективного руководства и его взаимосвязи с менеджментом, а также влияния планирования, организации, мотивации, контроля, координации и лидерства на руководство имеет решающее значение для достижения желаемых результатов.

Взаимосвязь между руководством и менеджментом тесна. Менеджмент обеспечивает структуру и процессы, в рамках которых осуществляется руководство, а руководство обеспечивает динамизм и видение, необходимые для реализации целей. Планирование, организация, мотивация, контроль, координация и лидерство являются неотъемлемыми компонентами, как менеджмента, так и руководства.

Рассмотрим основные аспекты эффективного руководства:

1. Планирование. Руководитель должен четко формулировать цели компании и разрабатывать

стратегии и тактики для их достижения. Важно, чтобы все сотрудники понимали общую цель и направление работы. Эффективное планирование помогает управлять рисками, адаптироваться к изменениям на рынке и достигать результатов даже в условиях неопределенности.

2. Организация. Организация это процесс создания структуры и процессов, которые обеспечивают эффективное функционирование организации. Это включает в себя распределение обязанностей и полномочий, установление коммуникационных и координационных процессов, а также создание механизмов контроля и обратной связи. Эффективная организация помогает улучшить производительность и снизить издержки, создавая условия для успешного развития организации.

3. Мотивация. Мотивированные сотрудники более продуктивны и эффективны в своей работе. Они с большей вероятностью будут прилагать дополнительные усилия, проявлять инициативу и искать способы улучшения своей работы.

4. Координация и Контроль. Координация включает в себя согласование деятельности различных подразделений, команд и отдельных лиц для достижения общих целей. Она гарантирует, что все работают в одном направлении и что ресурсы используются эффективно. Контроль, с другой стороны, включает в себя мониторинг прогресса, выявление отклонений от планов и корректировку действий по мере необходимости. Он позволяет организациям отслеживать свои достижения, выявлять области для улучшения и принимать упреждающие меры для устранения потенциальных проблем.

5. Лидерство. Лидер – это человек, способный вдохновлять, мотивировать и направлять других к достижению общих целей. Он обладает навыками коммуникации, управления конфликтами, принятия решений и развития команды. Лидерство важно как на уровне руководителей высшего звена, так и на всех уровнях организации.

Таким образом, эффективное руководство выходит за рамки простого выполнения управленческих функций. Оно требует глубокого понимания человеческого поведения, организационного контекста и динамично меняющейся деловой среды. Эффективные руководители обладают способностью вдохновлять, мотивировать и направлять своих подчиненных, создавая позитивную и продуктивную рабочую атмосферу. Они способны принимать обоснованные решения, эффективно распределять ресурсы и обеспечивать достижение целей организации.

Рассмотрим основные стратегии менеджмента для эффективного руководства.

Эффективное руководство требует применения продуманных стратегий менеджмента, которые обеспечивают достижение целей организации и развитие ее сотрудников. Вот основные стратегии, которые могут быть рассмотрены в статье на тему “Искусство эффективного руководства”:

1. Стратегическое планирование. Разработка долгосрочного плана, определяющего направление организации и устанавливающего четкие цели. Эффективное стратегическое планирование обеспечивает ясность и фокус для всех уровней управления.

2. Управление производительностью. Постановка четких ожиданий, регулярная обратная связь и создание системы вознаграждения, которая поощряет достижение результатов. Эффективное управление производительностью мотивирует сотрудников и повышает их эффективность.

3. Делегирование полномочий. Распределение задач и полномочий сотрудникам, позволяющее им принимать решения и брать на себя ответственность. Эффективное делегирование полномочий высвобождает время руководителей и развивает лидерские качества сотрудников.

4. Управление изменениями. Разработка и внедрение стратегий для управления изменениями в организации. Эффективное управление изменениями сводит к минимуму сопротивление и обеспечивает плавный переход к новым инициативам.

5. Управление конфликтами. Использование эффективных стратегий для разрешения конфликтов на рабочем месте. Эффективное управление конфликтами создает конструктивную и продуктивную рабочую среду.

6. Развитие сотрудников. Инвестирование в обучение и развитие сотрудников для повышения их навыков и знаний. Эффективное развитие сотрудников готовит их к будущим задачам и повышает ценность для организации.

7. Управление знаниями. Создание системы для захвата, обмена и использования знаний в ор-

ганизации. Эффективное управление знаниями повышает инновации и принятие обоснованных решений.

8. Корпоративная социальная ответственность. Интеграция социальных и экологических соображений в управленческие практики. Эффективная корпоративная социальная ответственность повышает репутацию организации и привлекательность для сотрудников и клиентов.

9. Эмоциональный интеллект. Развитие самосознания, эмпатии и социальных навыков у руководителей. Эффективный эмоциональный интеллект улучшает лидерские качества и создает положительную рабочую культуру.

Внедрение этих стратегий менеджмента может помочь руководителям стать более эффективными лидерами, создать высокопроизводительные команды и достичь долгосрочных целей организации.

Список источников

1. Ансофф, И. Стратегический менеджмент: систематический подход / И. Ансофф. М.: Изд-во Экономика, 2014. 286 с.
2. Друкер, П.Ф. Эффективный руководитель / П.Ф. Друкер. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 368 с.
3. Минцберг, Г. Искусство управления / Г. Минцберг. М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. 392 с.
4. Роббинс, С. Основы менеджмента: в 5 т. / С. Роббинс, Т. Джудэл. М.: Вильямс, 2014.

© С. Р. Феттаев, Э.Б. Адельсеитова, 2024

УДК 330

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ И ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

НЕЗДОЛЕЙ ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Научный руководитель: Корабейникова Ольга Алексеевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: в статье рассмотрено время, как ценность и невозполнимый ресурс жизни, представлена структура потерь времени по стадиям процесса управления временем, а также классификация расходов времени и этапы их оптимизации. Главное внимание уделяется принципам и методам эффективного использования времени, планированию саморазвития.

Ключевые слова: время, тайм-менеджмент, личная эффективность, управление временем, саморазвитие, расходы времени.

TIME MANAGEMENT AND PERSONAL EFFECTIVENESS

Nezdoley Julia Yurievna*Scientific supervisor: Korabeynikova Olga Alekseevna*

Abstract: the article considers time as a valuable and irreplaceable resource of life, presents the structure of time losses by stages of the time management process, as well as the classification of time expenditures and the stages of their optimization. More attention is paid to the principles and methods of effective use of time, self-development planning.

Key words: time, time management, personal effectiveness, time management, self-development, time expenditure.

Значение тайм-менеджмента невозможно переоценить как для отдельных людей, так и для организаций. Время – бесценный ресурс, который невозможно заменить или вернуть, когда оно уходит. В отличие от других ресурсов, которые можно увеличивать или пополнять, время остается фиксированным и составляет двадцать четыре часа в сутки. Успешное управление временем, позволяет увеличить эффективность, продуктивность, снизить стресс, а также правильно расставить приоритеты в решении проблем, не допускать задержек и поддерживать здоровый баланс между трудовой деятельностью и личной жизнью.

Тайм-менеджмент – стратегический процесс организации и планирования, позволяющий эффективно распределять время сотрудников для достижения максимальной производительности. Он включает в себя такие элементы, как организация, планирование и составление расписаний для оптимизации времени с учетом уникальных ситуаций и возможностей человека [4, с. 11].

Время является единственным ограниченным, не возобновляемым (безвозвратным) и незаменимым ресурсом на Земле. В сутках неизменно 24 часа, вчерашний день и его время никогда не повторяются, на выполнение любой задачи (будь то поручение руководителя или строительство дома) –

сначала требуется время, а только потом материальные, финансовые и прочие ресурсы. Время нельзя купить, откладывать и т.д., однако его можно тратить и распределять. И в этом смысле такой ценный и невозполнимый ресурс жизни как время может использоваться эффективно или не эффективно[5].

Структура потерь времени по стадиям процесса управления временем представлена на рис. 1 [3, с. 61].

В соответствии с рис. 1 можно выделить основные принципы управления временем: определение приоритетов и целей, планирование и организация работы, оценка результатов работы.

Постановка цели и расстановка приоритетов

- отсутствие четкой цели и приоритетов;
- недостаточная оценка времени на выполнение задачи.

Планирование и организация времени

- неоптимальное распределение времени между задачами (например, на одну задачу отведено слишком много времени, а на выполнение других задач времени не остается);
- постоянные прерывания и отвлечения (могут мешать концентрации и выполнению задач).

Реализация задач

- отсутствие мотивации или сосредоточенности (может приводить к прокрастинации и потери времени);
- неэффективное использование инструментов и технологий (например, если человек не умеет пользоваться своим календарем или задачником).

Контроль и оценка проделанной работы

- недостаточная самооценка и обратная связь (отсутствие учета прошлых ошибок в управлении временем);
- невозможность регулярной оценки и корректировки своего плана действий (потеря времени на ненужные задачи).

Рис. 1. Структура потерь времени по стадиям процесса управления временем

Популярными техниками тайм-менеджмента являются:

1. Подготовка списка дел «с вечера» в блокноте или смартфоне – это позволяет определить объем текущих дел и наиболее рационально распределить их во времени.

2. Установка четких дедлайнов – данный способ дает возможность не откладывать текущие задачи на более поздний срок и работать быстрее и продуктивнее.

3. Фокус на одном. Для успешного решения задачи необходимо заниматься только ею, не обращая внимание на другие задачи.

4. «С передышкой» – данный способ предполагает выполнение задачи по таймеру: например, 30 минут отводится на решение задачи, 7 минут перерыв и так по кругу – это снижает нагрузку на мозг, так как ему сложно долго заниматься одной задачей, и заставляет работать его более эффективно.

5. Хронометраж рабочего времени – базируется на том, что дает понимание того, где время используется эффективно, а где нерационально [1].

Классификация расходов времени и этапы их оптимизации представлены в таблице 1 [2, с. 39-40].

Таблица 1

Классификация расходов времени и этапы их оптимизации

Признак классификации	Виды	Этапы оптимизации расходов времени
По содержанию	– технические, – организационные, – экономические, – инновационные и т.д.	1. Подготовка к дороге: – тщательная подготовка к поездке; – оптимальный выбор времени, маршрута, типа транспорта; – наполнение дороги полезным содержанием. 2. Выбор периодичности поездок определить выездные дни (например, среда). 3. Выбор тактик, приемов оптимизации: – заблаговременная договоренность о встрече (через звонок, почту и др.); – решение большей части вопросов дистанционно; – основная доля встреч должна быть в офисе. 4. Осознание выгоды. Можно слушать уроки английского, читать журналы и т.д.
По характеру побудительных причин	– затраты на необходимый сбор информации; – затраты на разработку стратегии, тактики; – построение сети партнерских отношений.	
По срочности выполняемых работ	– стратегические; – тактические; – оперативные.	
По формам деятельности	– внутренние; – внешние; – личные дела; – общественные вопросы.	
По функциям деятельности руководителя	– затраты на планирование; – затраты на организацию процессов; – затраты на делегирование; – затраты на мотивацию и т.д.	

Одним из главных признаков эффективного руководителя является стремление ко всестороннему саморазвитию. При этом данный процесс должен быть планомерным, так как в ином случае результата может не быть. В связи с этим на первом этапе руководитель должен поставить перед собой четкие цели. Далее необходимо трезво оценить свои преимущества и недостатки. Исходя из полученных результатов, разрабатывается план действий по саморазвитию, который может включать в себя обучение, чтение книг и др. На заключительном этапе следует оценить полученные результаты и скорректировать план при необходимости.

Таким образом, тайм-менеджмент через качественную организацию, планирование времени и составление расписания с учетом возможностей каждого отдельного сотрудника играет ключевую роль в эффективной работе организации, поскольку помогает оптимизировать производительность труда, улучшить качество работы, снизить стресс и улучшить баланс между профессиональной и личной жизнью сотрудников. Драйвером эффективного управления временем является личная эффективность как руководителей, так и сотрудников, поскольку от ее наличия зависит быстрота и качество выполняемых задач. Для достижения наибольшей оптимизации времени необходимо осуществлять постоянный мониторинг и оценку временных процессов с целью проверки эффективности труда и своевременного исключения ненужных задач.

Список источников

1. Баранова К. 10 принципов тайм-менеджмента: как научиться успевать работать и жить одновременно [Электронный ресурс] // ИНФОХИТ. – 2023. – Режим доступа: URL: <https://infohit.ru/blog/printsipy-i-metody-taym-menedzhmenta/> (10.05.2024).
2. Корабейников И.Н., Рябикова Н.Е. Тайм-менеджмент: учебное пособие. – Оренбург : Изда-

тельство Оренбургского государственного университета. – 2020. – 121 с.

3. Макаров Н.С., Ворковенко К.В., Пацук О.В. Тайм-менеджмент // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015. – № 21. – С. 58-61.

4. Савина Н.В., Лопанова Е.В. Тайм-менеджмент в образовании: учебное пособие для вузов. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 162 с.

5. Томило П.Н. Время как основной экономический ресурс [Электронный ресурс] // SCIA-ARTICLE. – 2023. – Режим доступа: URL: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1683306683> (11.05.2024)

© Нездолей, Ю.Ю., Корабейникова, О.А., 2024

МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

РОЛЬ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО МАРКЕТИНГА

САМОЙЛОВА ВАРВАРА БОРИСОВНА

магистрант

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет»

*Научный руководитель: Корнева Ольга Юрьевна**к.э.н., доцент*

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет»

Аннотация: в данной статье рассмотрена роль вирусной рекламы в устойчивом маркетинге. В ходе обзора отечественной и зарубежной литературы и анализа кейсов было выявлено значение рекламы в жизни современного потребителя, а также факторы, которые стимулируют потребителей распространять контент в социальных сетях

Ключевые слова: вирусная реклама, устойчивый маркетинг, потребительское поведение.

THE ROLE OF VIRAL ADVERTISING IN PROMOTING SUSTAINABLE MARKETING PRINCIPLES

Samoilova Varvara Borisovna

Scientific adviser: Korneva Olga Yuryevna

Abstract: In this article, the role of viral advertising in sustainable marketing is examined. Through a review of domestic and foreign literature and case analysis, the significance of advertising in the life of the modern consumer has been identified, as well as the factors that motivate consumers to share content on social networks

Key words: viral advertising, sustainable marketing, consumer behavior.

В современном мире, где влияние цифровых технологий и социальных медиа продолжает усиливаться, маркетологи сталкиваются с необходимостью адаптировать стратегии к новым вызовам и требованиям рынка.

Устойчивый маркетинг (маркетинг, ориентированный на устойчивое развитие) отличается от классического маркетинга продвижением товаров, услуг и брендов, целью которых является не только получение прибыли, но и соблюдение экологических и социальных аспектов.

Этот подход становится всё более популярным в стратегиях компаний из-за того, что многие страны (такие как Европейский союз, Соединённые штаты, Китай, Канада) вводят законы в области экологии и социальной ответственности. И бренды, которые следуют принципам устойчивого развития, избегают рисков и возможных штрафов.

Ещё в конце XX века исследование, проведённое Dragon International, и исследование Коуна и Ропера показали, что потребители также заинтересованы в этическом поведении и были бы более разборчивы в своих покупках, если бы им предоставляли больше информации [1, с. 564]. Однако большинство людей до сих пор имеет ограниченные знания об этическом потреблении, а кто-то просто предпочитает не соблюдать их на практике.

В этом контексте вирусная реклама приобретает важное значение: она может сочетать в себе привлечение внимания к важным экологическим и социальным проблемам, а также стремление к мак-

симальному охвату аудитории и эмоциональному воздействию на неё.

Антонов В.А. в своем исследовании о социальном маркетинге пришел к выводу, что на современном этапе развития общества типичная социальная реклама становится составляющей коммерческого маркетинга [2, с. 113]. Горпинич А.С. исследовал концепцию социально-этичного маркетинга и отметил, что с каждым годом растёт необходимость применения социально-этичного маркетинга в связи с повышением потребительского спроса на такое ведение бизнеса [3, с. 115]. Герасимова П.А. и Налитова А.И. рассматривали вирусный маркетинг как один из элементов социальной рекламы и выявили их сходства и различия [4]. Yaser Sobhanifard и Meisam Hatami провели исследование о повышении устойчивости через сообщения в социальных сетях и выявили факторы, которые делают устойчивый контент вирусным [5, с. 11]. Manik Chandra Rabidas и Gordon Bowen исследовали влияние вирусного маркетинга на намерения потребителей в индустрии моды [6, с. 255].

Все вышеперечисленные авторы солидарны в необходимости использования вирусной рекламы в социально-этичном маркетинге. Однако роль вирусной рекламы в продвижении принципов устойчивого маркетинга остаётся малоизученной областью.

Цель исследования: выявить роль вирусной рекламы в продвижении принципов устойчивого маркетинга.

Основными принципами устойчивого маркетинга являются экологическая ответственность, социальная ответственность и экономическая устойчивость (рис. 1) [7, с. 7].



Рис. 1. Задачи и составляющие устойчивого маркетинга

Экологическая ответственность включает в себя уменьшение негативного воздействия на природу, использование экологически чистых материалов и технологий, а также снижение выбросов и отходов.

Социальная ответственность означает, что компании поддерживают социальные проекты, борются с безработицей и бедностью, а также способствуют развитию здравоохранения и образования — то есть стремятся к созданию позитивного вклада в общественную жизнь.

Экономическая устойчивость означает, что компании должны стремиться к рентабельности и прибыльности, при этом учитывая интересы всех заинтересованных сторон (клиенты, сотрудники, общество).

И стоит добавить ещё один принцип: прозрачность и честность. Компании должны открыто информировать о своей деятельности в области устойчивого развития (и не только), а также быть готовыми к конструктивному диалогу с заинтересованными сторонами. Эти принципы помогают компаниям создавать долгосрочную ценность для себя, клиентов и общества в целом.

Вирусный (виральный) маркетинг — это стратегия, при которой товар, услуга или их реклама, так влияют на человека, что он «заражается» идеей распространения этого продукта и сам становится активным её рекламодателем [8, с. 1].

McCannErickson, международное рекламное агентство, провело исследование о роли рекламы и бренда в жизни потребителя. Опрос проводился среди 1 500 респондентов (рис. 2) [2].

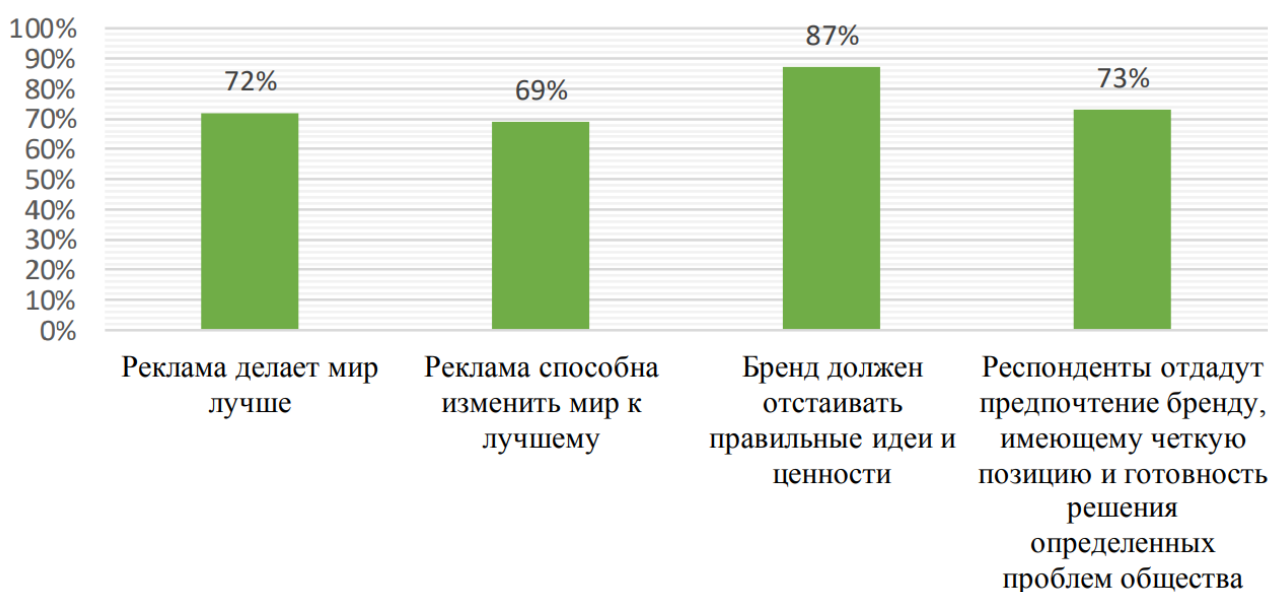


Рис. 2. Исследование роли рекламы в жизни потребителей

Около 90 % потребителей считают, что бренды должны пропагандировать правильные ценности. Такой результат вызван желанием потребителя ощутить сопричастность и личную ответственность, приобретая продукцию близкой по ценностям компании.

Например, всемирно известный бренд IKEA формирует свою социальную и экологическую ответственность через борьбу за права несовершеннолетних: если компания узнаёт, что поставщик использует детский труд, то разрывает все контракты навсегда. Также IKEA поддерживает программы по восстановлению лесов, и планирует производить деревянную мебель из собственных выращенных деревьев. Люди, пользуясь товарами IKEA ощущают сопричастность к этим важным социальным программам, и снова вернутся к этому бренду [2, с. 112].

Или же кампания «Чистая вода для всех» от Charity: Water. Это неприбыльная организация, которая работает в области водоснабжения в развивающихся странах. Charity: Water запустила кампанию в социальных сетях с призывом собрать средства для строительства скважин и водозаборных систем. Благодаря вирусному распространению информации, кампания собрала значительное количество пожертвований и привлекла внимание к проблеме доступа к чистой воде.

Yaser Sobhanifard и Meisam Hatami опросили 34 респондента, чтобы узнать какой контент заставляет их делиться постами в социальных сетях. И эти респонденты назвали 16 неповторяющихся факторов. Продолжение опросов с 34-го по 68-й показало, что после 34-го человека могли появляться новые факторы к этим 16. Таким образом, исследование в размере выборки в 34 человека подтверждает теоретическую адекватность [5, с. 9].

После этого составили опросник по этим 16 факторам, где выборка была в размере 311 человек (рис. 3).

Items	N	%
Gender		
Male	162	52
Female	149	48
Education		
Only a high school degree	57	19
Bachelor's degree	103	33
Master's degree	126	40
Doctoral Degree	25	8
Age		
11–30	235	76
30–55	32	14
Above 55	44	10

Рис. 3. Демографическая характеристика выборки

В опросе приняло участие примерно равное количество мужчин и женщин. 33 % респондентов имеют степень бакалавра, 40 % — степень магистра, 8 % — докторскую степень, и 19 % респондентов имеют среднее образование.

Возраст большинства респондентов (76 %) составил от 11 до 30 лет, 14 % респондентов были в возрасте от 30 до 55 лет, и 10 % — старше 55 лет.

Для определения приоритетности факторов использовали непараметрический критерий Фридмана [5, с. 9], в таблице они представлены уже с учётом приоритетности: от наиболее важного фактора к наименее (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на виральность контента в социальных сетях

№	Фактор
1	Усовершенствованные и новые технологии
2	Олицетворение великой силы природы (например, сильная энергия ветра или волн)
3	Новая рекомендация или лайфхак
4	Фантастические явления и продукция
5	Воспоминания и пробуждение ностальгии
6	Подробности и тонкости процесса (например, видеоролик о производственном процессе)
7	Скидки на лучшие товары и услуги
8	Новый продукт с неизвестными свойствами
9	Визуальная красота
10	Неизвестные и скрытые свойства продукции
11	Стимулирование любопытства
12	Новый продукт, который кажется знакомым, но внезапно приобретает другие свойства
13	Сопровождение функций продукта его лучшими характеристиками
14	Визуальная ошибка
15	Оптимизированный продукт
16	Возможность для участия в лотерее или для получения приза

Исследование Yaser Sobhanifard и Meisam Hatami показало, что для того, чтобы реклама стала вирусной, необходимы инновации и неизвестность. Когда клиентов привлекает продукция, основанная на новых технологиях, они с удовольствием рассказывают об этом своим друзьям.

Например, кампания «Умные упаковки» от Coca-Cola. Мировой производитель известного напитка запустил кампанию по внедрению «умных» упаковок, которые помогают потребителям отслеживать уровень потребления воды и сокращать количество использованных пластиковых бутылок. Эту инициативу сопровождала серия вирусных видеороликов, демонстрирующих преимущества новых упаковок и призывающих к заботе об окружающей среде.

Вирусная реклама требует минимальных денежных вложений и не вызывает чувство принуждения, напротив, люди делятся такой рекламой по своей воле. Однако из-за органического характера распространения вирусной рекламы её сложно контролировать, и она может иметь краткосрочный эффект воздействия [9, с. 17].

Главное отличие вирусной рекламы в устойчивом маркетинге от обычной вирусной рекламы состоит в том, что первая сосредоточена на проблемах экологии / экономики / общества и их решении, а вторая — на увеличении узнаваемости и продвижении продукции.

Алгоритм успешной вирусной рекламной кампании, ориентированной на устойчивое развитие, включает в себя 6 шагов:

1. Определение целей. Перед тем как приступить к созданию рекламы, компания должна чётко определить свои цели. Это поможет создать контент, который будет эффективно передавать ценности бренда.

Целями устойчивого маркетинга являются воздействие на общественное мнение, формирование осознанности и стимулирование действий по решению конкретной проблемы. Целью вирусной рекламы является быстрое распространение информации на максимально широкую аудиторию [4].

Обобщая эти цели, можно сказать, что смысл вирусной рекламы в устойчивом маркетинге в том, чтобы быстро распространять информацию об устойчивых инициативах на широкую аудиторию с целью привлечения внимания к проблеме устойчивого развития / изменения сознания общества / побуждения к конкретным действиям и т.д.

2. Использование эмоционального воздействия. Эмоции играют ключевую роль в успехе вирусной рекламы. Использование вдохновения, сопереживания или смеха может сделать контент более привлекательным и запоминающимся.

Чаще всего вирусным становится смешной или увлекательный контент. Устойчивый маркетинг, в свою очередь, несёт образовательный информативный контент, а эмоции способна вызвать сама проблема, к которой привлекают внимание с помощью рекламы. Для создания вирусной рекламы в устойчивом маркетинге важно совместить информативность с увлекательностью материала.

Например, кампания «Как девочки» от Always. Компания показала видеоролик, в котором девочки и молодые женщины показывали, как они танцуют, бегают и дерутся «как девочки». Этот ролик стал вирусным благодаря своему эмоциональному содержанию и вызвал обсуждение стереотипов о половых различиях.

3. Интеграция социально-значимых тем. Темы могут быть следующие: экологическая ответственность, борьба с бедностью, поддержка местных сообществ и другие. Такие инициативы помогают укрепить связь между брендом и его аудиторией.

4. Инновационный контент. Сегодня для того, чтобы выделиться среди огромного потока информации в медиапространстве, компания должна создавать актуальный и оригинальный контент. Он может включать в себя использование интерактивных элементов, виртуальной реальности и других технологий.

5. Поддержка активного вовлечения аудитории. Вирусная реклама мотивирует людей не только покупать продукцию, но и обсуждать, распространять рекламу, а также участвовать в решении проблем. Этого можно достичь с помощью призыва к действию и создания условий для взаимодействия и обмена мнениями.

6. Мониторинг и аналитика. Важно проводить регулярный мониторинг результатов рекламы и анализировать её эффективность. Это позволит компаниям реагировать на изменения в поведении аудитории и корректировать стратегию в реальном времени.

Вирусная реклама играет важную роль в продвижении принципов устойчивого маркетинга: она позволяет компаниям привлекать внимание к своим устойчивым продуктам, способствует формированию позитивного образа бренда, а также содействует изменению общественного сознания в сторону более ответственного потребления.

Однако остаются нерешённые вопросы. Необходимы дальнейшие исследования для более полного понимания механизмов воздействия вирусной рекламы и разработки эффективных стратегий, которые поспособствуют достижению устойчивых целей.

Список источников

1. Carrigan M., Attalla A. The myth of the ethical consumer—do ethics matter in purchase behaviour? //Journal of consumer marketing. – 2001. – Т. 18. – №. 7. – С. 560-578.
2. Антонов В. А. СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА БРЕНДА // Редакционная коллегия. – 2021. – С. 111-113.
3. Горпинич А. С. КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧНОГО МАРКЕТИНГА // Редакционная коллегия. – 2021. – С. 113-115.
4. Герасимова П. А., Налитова А. И. ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ // НАУЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ. – 2023.
5. Sobhanifard Y., Hatami M. Sustainable Development in the Digital Age: Leveraging Social Networks for Viral Green Product Messages. – 2023.
6. Rabidas M. C., Bowen G. Viral marketing consumer purchase intentions: A theoretical review //2nd International Workshop on Advances in social Sciences (IWASS 2019). Francis Academic Press, UK. – 2019. – С. 254-261.
7. Скоробогатых И. И., Лукина А. В., Мусатова Ж. Б. Концепция устойчивого маркетинга // Вестник Российского экономического университета им. ГВ Плеханова. – 2013. – №. 4 (58). – С. 5-17.
8. Бережанская А. В. Вирусная реклама. – 2014.
9. Чеховская С. А., Иванова В. М. Вирусный маркетинг //Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – №. 2 (2). – С. 16-19.

© В.Б. Самойлова, 2024

УДК 004.421.2:519.178

ТЕЛЕГРАМ И ДРУГИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ В КОММУНИКАЦИИ B2C

ПЕТРУХИН ЕВГЕНИЙ АНДРЕЕВИЧ

магистрант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация. В статье раскрывается проблематика использования мессенджеров в качестве основного канала коммуникации между компаниями (юридическими лицами) и потребителями (физическими лицами). Показано, каким образом мессенджеры оказывают влияние на целевую аудиторию, и в чем их преимущество по сравнению социальными сетями и другими способами коммуникации в рыночной среде. Также рассмотрен вопрос интеграции мессенджеров с электронными торговыми площадками.

Ключевые слова: коммуникации, «бизнес-клиент», B2C, маркетинговые коммуникации, мессенджеры, социальные сети.

TELEGRAM AND OTHER MESSENGERS IN B2C COMMUNICATIONS

Petrukhin Evgeny Andreevich

Annotation. The article reveals the problems of using instant messengers as the main channel of communication between companies (legal entities) and consumers (individuals). It is shown how messengers influence the target audience, and what their advantage is compared to social networks and other methods of communication in a market environment. The issue of integrating messengers with electronic trading platforms is also considered.

Key words: communications, “business client”, B2C, marketing communications, instant messengers, social networks.

Введение. Современное российское общество характеризуется высокой степенью информационной интеграции. Практически каждый экономически активный человек погружен в сложную систему связей – семейных, профессиональных, гражданских. Важно отметить, что практически все современные коммуникации – цифровые. Это касается как российского общества, так и в целом общемировых тенденций. С появлением смартфонов и удешевлением мобильного интернета распространение мессенджеров привело к кардинальной перестройке каналов коммуникации в обществе. В том числе к тому, что персональные телефоны (смартфоны) перестали быть способом общения с заведомо ограниченным кругом людей (тех, кто есть в списке контактов). Современные приложения позволяют поддерживать связь практически с любым человеком в стране и за ее пределами, при минимальных издержках [1, с. 8].

Актуальность исследования данного направления определяется тем, что современные мессенджеры продолжают интегрировать в себе дополнительные функции. Использование мессенджера не ограничивается видео-звонками, отсылкой текстовых сообщений и передачей файлов. При помощи мессенджера и его функций выстраиваются общественные и коммерческие коммуникации. Получение актуальных знаний о том, каким именно образом мессенджеры влияют на трансформацию информационной среды, представляет собой значительный научный и практический интерес.

Цель написания статьи – выявить современные тенденции использования мессенджеров в российском обществе и то, каким образом функции мессенджеров применяются для построения коммуни-

каций в формате «предприниматель – клиент» (B2C формат).

Основной материал. Спецификой коммуникаций в российском обществе является то, что мессенджеры значительная часть граждан применяет более активно, чем другие средства коммуникации. Современные мессенджеры, привязанные к телефонному номеру (но которые можно установить на любое устройство), используются для решения широкого круга задач. В том числе и для построения бизнес-коммуникаций. В отличие от других сегментов цифровых коммуникаций, в которых есть доминирующие компании и даже монополисты (например, в социальных сетях), на российском рынке мессенджеров очень широкое предложение, и рынок поделен между несколькими участниками. Каждый из которых не имеет монопольной рыночной власти [1, с. 9].

Изначально на российском рынке мессенджеров преобладали те же игроки, что и на глобальном рынке. В том числе, россияне наиболее активно использовали мессенджеры (и их аналоги), которые продвигали на рынок иностранные компании. Можно отметить таких весомых участников рынка, как Whatsapp или Viber. Также, до массового распространения мессенджеров важной частью коммуникации выступали социальные сети.

В течение 2017-2023 гг. наиболее динамично развивающимся мессенджером на российском рынке стал Telegram. Это выразилось как в увеличении количества его пользователей, так и объема трафика, который они генерируют. Отдельно нужно указать на рост показателей коммерческого использования данной платформы. Востребованность Telegram и для личной коммуникации, и для бизнес-процессов столь велика, что объем трафика, который через него проходит, увеличивается каждый год практически вдвое. Тем не менее, при общей востребованности, Telegram не стал на российском рынке монополистом [2, с. 621].

Динамика популярности мессенджеров среди российского населения показана в табл. 1.

Таблица 1

Доля населения РФ, которая пользуется мессенджером (в % от общей численности)

	Ноябрь 2021	Январь 2022	Март 2022	Май 2022	Июль 2022	Сентябрь 2022	Декабрь 2022	Февраль 2023
Whatsapp	55	57	55	55	58	59	60	61
VK	38	39	40	41	41	41	42	42
Telegram	32	32	33	34	34	36	38	40
YouTube	20	21	21	30	34	34	38	40
Tiktok	24	25	30	30	22	22	23	23
OK	15	15	14	14	13	13	13	12
Viber	14	14	14	13	13	12	12	12
Instagram	30	32	32	30	10	5	5	5
Facebook	8	8	10	5	5	5	2	2

Еще одной особенностью российского рынка мессенджеров и средств для личной коммуникации в цифровом пространстве является то, что россияне используют для этих целей платформы, которые изначально для этого не предназначались.

Кроме Telegram, на российском рынке востребованным остается WhatsApp. При том, что WhatsApp существенно уступил свои позиции, в некоторых сегментах его доля составляет порядка 70%. В целом же, наблюдается последовательный и постепенный рост доли Telegram [3].

Среди факторов, которые снижают востребованность WhatsApp (равно как и других мессенджеров от иностранных компаний), следует указать общее недоверие пользователя ввиду риска отключения, или же прекращения поддержки программного продукта со стороны материнской компании.

В 2010-х гг. WhatsApp был самым востребованным мессенджером в российском обществе ввиду ряда факторов. Среди его конкурентных преимуществ нужно указать на такие, как высокая функциональность. Также важной характеристикой мессенджера было то, что он в целом был очень популярным: большое комьюнити, высокая степень покрытия целевой аудитории сделала его основным спосо-

бом коммуникации при личных контактах. Также WhatsApp постоянно и оперативно внедрял в свою деятельность инновационные решения. Рыночная ситуация изменилась в 2022 г. ввиду известных событий – начала СВО и введения антироссийских санкций. В том числе нужно указать на начало политики крупнейших мировых IT компаний по ограничению российских пользователей. Такие ограничения не стали фатальными, но, тем не менее, существенно подорвали доверие россиян к иностранным компаниям и их приложениям [4].

Для коммуникационной сферы в Российской Федерации мессенджеры выступают не только средствами личной коммуникации. Массовым стало явление, при котором мессенджеры используются в качестве коммерческой платформы, для решения задач по построению маркетинговых коммуникаций.

Преимущество мессенджеров для формата B2C в том, что технологическая инфраструктура уже создана: в том числе за счет массового распространения смартфонов, доступности интернета, а также массового использования устройства на базе IOS и Android. В целом применение мессенджеров при построении маркетинговых коммуникаций решает следующие задачи [5, с. 219]:

- 1) возможность поддержания связи в онлайн-режиме с действующими и потенциальными клиентами, осуществление массовой рекламной рассылки (рекламные сообщения в мессенджерах гораздо чаще просматривают, чем, например, рассылки по почте);
- 2) вовлечение в коммуникацию новых клиентов, в том числе через не-коммерческую переписку;
- 3) создание и поддержание клиентской базы, рассылка через мессенджер коммерческих предложений, осуществление деловой переписки.

В более широком понимании использование мессенджеров, в том числе Telegram, для коммерческой коммуникации в формате B2C позволяет персонализировать целевую аудиторию, персонализировать контакты и адаптировать сообщение к потребностям каждого клиента, и оптимизировать бюджет на рекламу [6, с. 75].

Реалии российского рынка мессенджеров таковы, что выбор конкретного приложения сводится к вопросу том, следует ли использовать WhatsApp или Telegram. Сравнивая эти два приложения, а также характер их применения для построения маркетинговых коммуникаций, можно выделить следующие позиции [8, с. 63]:

- 1) масштаб постоянного охвата аудитории. Данный показатель отражает суточное количество реальных пользователей (не ботов), которые воспользовались услугами платформы. Поскольку зачастую пользователи устанавливают на телефон сразу несколько приложений и используют их параллельно, то количество реальных пользователей мессенджеров может превышать численность населения;

- 2) суточный охват целевой аудитории. Данный показатель подразумевает численность пользователей, которые хотя бы раз в день используют конкретный мессенджер. В этом отношении Telegram является признанным лидером на российском рынке, в большинстве сегментов. Важно то, что Telegram – это мессенджер, который лидирует в молодежной аудитории;

- 3) среднее время, которое ежедневно проводят пользователи при использовании конкретной платформы. По данному параметру Telegram также является признанным лидером рынка.

Ввиду перечисленных обстоятельств для построения B2C коммуникаций именно Telegram наиболее часто применяется в качестве базовой платформы. Telegram для основной массы его пользователей является в первую очередь универсальной платформой. При помощи Telegram параллельно решается большое количество задач: поиск информации, социализация, организация досуга и развлечений [9, с. 107].

Обобщая функции, которые Telegram как универсальная платформа выполняет по отношению к основной массе российских пользователей, можно выделить следующие положения [10, с. 75]:

- 1) использование специализированных каналов в Telegram в качестве торговой площадки, в первую очередь для B2C формата. Преимущество такой формы построения коммерческих коммуникаций является то, что подобный канал не контролируется сторонними участниками. То есть, администрация Telegram не вмешивается в подобную деятельность, и, в отличие от маркетплейсов, не навязывает

зывает пользователей своих условий;

2) применение Telegram для выстраивания ежедневной коммерческой коммуникации с клиентской базой: сбора заявок, рассылки коммерческих предложений;

3) поддержка индивидуальной связи и решение оперативных задач, в том числе использование мессенджеров вместо электронной почты;

4) организация при помощи Telegram большой целевой аудитории, структурирование этой аудитории и решение управленческих задач. В этом контексте у Telegram существует очень много возможностей, которые делают его более удобной коммуникационной площадкой, чем другие приложения.

Выводы. В современных российских коммерческих коммуникациях мессенджеры (и в первую очередь Telegram) для мелких и средних предпринимателей играют определяющую роль. Ввиду того, что электронные торговые площадки (Яндекс.Маркет, Вайлдберриз) контролируются лидерами рынка (которые диктуют всем остальным участникам свои правила), именно мессенджеры позволяют выстраивать собственные коммерческие коммуникации, вне зависимости от ведущих маркетплейсов. Еще одним важным преимуществом (в том числе и Telegram) является то, что подобные программные продукты уже в значительной степени роботизированы и автоматизированы. Они дают возможность практически каждому участнику максимально широко применять собственных ботов, собственные надстройки и автоматизированные системы. В этом отношении важной тенденцией следует считать применение чат-ботов, элементов автоматизации в коммерчески ориентированных Telegram-каналах.

Список источников

1. Быков И.А. и др. Влияние мессенджера Telegram на развитие медиапространств России и Беларуси: сравнительный анализ // Серия Журналистики. – 2020. - №58. – С. 4-12.
2. Поляков М.Л., Слепцов А.Н. Сдвиг медиапотребления в России: обзор тенденций (2016-2021) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2020. - №27. – С. 615-630.
3. Популярность мессенджеров: топ каналов в 2024 и что их ждет (Электронный ресурс). URL: <https://www.carrotquest.io/blog/popularity-of-messaging-apps/>
4. Мессенджеры Instant Messenger, IM (Электронный ресурс). URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мессенджеры_\(Instant_Messenger,_IM\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мессенджеры_(Instant_Messenger,_IM))
5. Колесникова Е.В., Дегтярь О.Н., Трищенко Д.А. Интернет-мессенджеры как способ продвижения бренда в цифровой среде // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. - №1. – С. 217-227.
6. Караяни А.Г., Караяни Ю.М., Цыганков С.В. Мессенджер как орудие гибридной войны // Психология и педагогика служебной деятельности. – 2020. - №4. – С. 72-174.
7. Попова О.В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2021. - №2. – С. 28-54.
8. Гунзынов Ж.П. Информационные каналы в мобильных мессенджерах: философский анализ // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. – 2020. – №2. – С. 61-67.
9. Россинская Е.Р., Сааков Т.А. Проблемы собирания цифровых следов преступлений из социальных сетей и мессенджеров // Криминалистика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. - №3 (15). – С. 106-123.
10. Ключникова Т.Н., Исаева Е.Ю. Факторы трансформации политической культуры российской студенческой молодежи // Гуманитарий Юга России. – 2021. - №11. – С. 72-81.

УДК 33

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

СКАЛЕЦКИЙ ЛЕОНИД ИГОРЕВИЧстудент
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»*Научный руководитель: Бердникова Элина Николаевна*
доцент

ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»

Аннотация: данная статья посвящена исследованию современного маркетинга в контексте экологии. В рамках статьи анализируется эволюция маркетинга в экологии, рассматривается сущность зеленого маркетинга, его цели и принципы, а также основные инструменты и стратегии, используемые для продвижения экологически-ответственных товаров и услуг. В статье также обсуждаются вызовы и перспективы развития экологического маркетинга в современном мире. Результаты исследования позволят представить комплексный обзор современных тенденций в области маркетинга в области экологии.

Ключевые слова: Маркетинг, экология, ответственное потребление, экологические проблемы, экологическая реклама.

MODERN MARKETING IN THE ENVIRONMENTAL SPHERE

Skaletskiy Leonid Igorevych*Scientific adviser: Berdnikova Elina Nikolaevna*

Abstract: This article is devoted to the study of modern marketing in the context of ecology. The article analyzes the evolution of marketing in ecology, examines the essence of green marketing, its goals and principles, as well as the main tools and strategies used to promote environmentally responsible goods and services. The article also discusses the challenges and prospects for the development of environmental marketing in the modern world. The results of the study will provide a comprehensive overview of current trends in environmental marketing.

Key words: Marketing, ecology, responsible consumption, environmental issues, environmental advertising.

Состояние окружающей среды давно вызывает серьезную озабоченность и тревогу у мирового сообщества. Увеличение числа повсеместно возникающих экологических проблем, вызванных загрязнением окружающей среды, истощением природных ресурсов, изменениями климата, потерей биоразнообразия ставят серьезные и необходимые к решению задачи в любой сфере общественной жизнедеятельности. В таких условиях необходимо рассматривать роль маркетинга как крайне важного инструмента воздействия на потребительское поведение и формирования корректного восприятия человеком экологической действительности.

Эффективное использование маркетинговых инструментов позволяет не только привлечь внимание потребителей к экологически безопасным товарам и услугам, но и способствует формированию ряда новых ценностей, основанных на осознанном потреблении и ответственном отношении к природе. Все эти факторы делают тему взаимодействия маркетинга и экологии крайне актуальной как для со-

временного бизнеса, так и для общества в целом. Поэтому в настоящее время особенно актуальным является принцип устойчивого развития и все производные от него концепции. Эта идея находит широкое применение в деятельности различных организаций, которые прибегают к стратегиям «зеленого» маркетинга и постоянно стремятся найти гармонию между экономическим ростом и охраной окружающей среды[1, с. 55-60].

Изучение общественного мнения, проводившееся начиная с 1980-х годов прошлого века, демонстрирует наличие подавляюще высокого процента потребителей во многих развитых странах, выражающих свою готовность выбирать продукты, не оказывающие вредного воздействия на окружающую среду. Эта категория потребителей получила со временем наименование "зеленых", так как они стремятся покупать товары, гармонично сочетающиеся с природой и соответствующие образу жизни осознанного по отношению к окружающей среде человека. Согласно анализу рынка, проведенному компанией Grail Research в 2008 году, около 8% потребителей в США могут быть отнесены к категории "настоящих зеленых" ("true green"), покупающих экологически чистые товары регулярно, в то время как еще 76% можно классифицировать как "умеренно зеленых" ("light green"), приобретающих "зеленые" продукты лишь иногда и в определенных условиях[2, с.8]. Стоит отметить, что к сегодняшнему дню вовлеченность общества в решение экологических проблем стала ещё больше.

Изменения в поведении потребителей, направленные на выбор экологически чистых продуктов, стимулировали появление такого явления, как зеленый маркетинг. Компании начали осознавать значительный спрос на экологически устойчивые товары и услуги и стали активно внедрять в свою деятельность концепции зеленого маркетинга.

Зеленый маркетинг предполагает использование компанией экологически-позитивного статуса как конкурентного преимущества, привлекая потребителя с соответствующими запросами и ценностями. Среди основных целей и задач, которые ставит перед собой маркетинг в экологической сфере можно выделить следующие:

1. Нормализация практики экологической адаптации производства: Одной из основных целей зеленого маркетинга является снижение негативного воздействия бизнеса на окружающую среду путем внедрения экологически чистых технологий, уменьшения выбросов и отходов, а также оптимизации использования природных ресурсов.

2. Создание экологически ориентированного образа компании: Зеленый маркетинг помогает формировать у потребителей восприятие компании как социально ответственной и экологически ответственной, что способствует укреплению имиджа и повышению доверия компании.

3. Привлечение целевой аудитории: Привлечение и удержание целевой аудитории, разделяющей ценности эколого-ориентированного типа развития и готовой поддерживать компанию, активно заботящуюся о природе.

4. Улучшение конкурентоспособности: Позиционирование компании соответствующим образом позволяет ей выделиться на рынке и обрести конкурентное преимущество.

Таким образом, цели зеленого маркетинга ориентированы на баланс между экономическим ростом компании, социальной ответственностью и экологической устойчивостью.

Вне всяких сомнений, зеленый маркетинг обладает выстроенной за многие годы глубокой философией и своими уникальными принципами, а именно: Современный зеленый маркетинг основывается на применении стратегических подходов и принципов для продвижения экологически чистых продуктов и устойчивых практик в бизнесе. Среди основных принципов зеленого маркетинга можно выделить следующие: тщательный подход к оценке экологичности продукции на всех этапах ее производства, принцип социальной ответственности, принципы осознанного потребления и производства, принципы честности и прозрачности.

Можно выделить два направления маркетинга «зеленых» технологий: первое – разработка и внедрение «зеленой» технологии на производстве или для управленческих нужд и второе – реклама взятых компанией на вооружение инноваций[3, с. 6-8]. Эти две направленности можно рассматривать как два последовательных этапа в процессе развития компании: изначально фирма проводит исследование и разработку экологических технологий, что обычно отражается в публикациях профильных из-

даний и корпоративных отчетах за определенных период, после чего приступает к активной маркетинговой деятельности.

Среди основных маркетинговых стратегий, ориентированных на поддержание экологии принято выделять четыре наиболее популярные и в наибольшей степени отвечающие современным стандартам «Лин грин», «Дефенсив грин», «Шейдед грин», «Экстрим грин»[4, с. 79-84]:

Стратегия "Лин грин" предполагает фокус компании на том, чтобы являться экологически ответственным участником рынка, не делая акцент на соответствующей маркетинговой политике. В первую очередь они стремятся к снижению издержек и повышению эффективности производства. Конкурентное преимущество достигается не за счет зеленой рекламы, а за счет снижения стоимости товаров. Компании, применяющие эту стратегию, избегают связывания своих экологических усилий со всем брендом, предпочитая их ассоциировать только с определенными товарами.

Стратегия "Дефенсив грин" как маркетинговая тактика используется чаще всего в целях соблюдения паритета с конкурентами, а также в качестве антикризисной маркетинговой политики. Компании признают значимость сегментов рынка, солидарных с ценностями экологии и стремятся улучшить имидж бренда.

Стратегия "Шейдед грин" сосредотачивается на долгосрочных и системных процессах, организуемых компанией и требующих значительных инвестиций. Компании рассматривают экологические инициативы как возможность для инноваций и достижения конкурентных преимуществ. Часто в таком случае зеленые инициативы рассматриваются как второстепенные, не всегда приносящие выгоду на короткой дистанции.

Стратегия "Экстрим грин" представляет собой целую модель ведения бизнеса, при которой экологические ценности полностью интегрированы в бизнес и производственный цикл компании. Компании, использующие эту стратегию, часто обслуживают нишевые рынки. Экологическая составляющая здесь является ключевой, а процессы производства основаны на принципах соблюдения экологических стандартов.

Экологический маркетинг неразрывно связан с рядом сложностей и препятствий, которые могут затруднять его успешную реализацию. Основные сложности включают в себя высокие издержки и инвестиции, несмотря на перспективы роста спроса на экологически чистые продукты. Внедрение экологических инноваций требует значительных денежных вложений, что может быть ограничивающим и останавливающим фактором для многих фирм и брендов.

В заключении можно отметить, что зелёный маркетинг становится все более важным и актуальным средством для современных компаний, стремящихся к благоприятному для окружающей среды развитию и социальной ответственности. Несмотря на ряд сложностей и препятствий, преимущества, которые приносит экологический маркетинг, являются значительными. Компании, успешно применяющие экологические стратегии и продукты имеют существенную возможность укреплять свою репутацию и обладать лояльностью потребителей. Важно учитывать растущий интерес общества к экологическим вопросам и поддерживать принципы устойчивого развития в рамках бизнеса. Экологический маркетинг открывает новые возможности для инноваций, улучшения производственных процессов и создания ценности не только для компаний, но и для общества в целом. Таким образом, внедрение экологических маркетинговых стратегий может стать ключевым фактором достижения успеха и роста бизнеса в условиях современности.

Список источников

1. Зайцева Д. С., Краковецкая И. В. «Экологический маркетинг: тенденции и перспективы» // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2016. № 2. С. 55 – 60.
2. Мендлсон, Н., Полонски М.Дж. "Использование стратегических партнерств для развития надежного зеленого маркетинга". Журнал потребительского маркетинга, 1995, 12 (2): 4–18.

3. Бородин Ю.В., Хабарова Е.С. «Маркетинг зеленых технологий». Московский технологический университет. Серия: Практический маркетинг. 2010 С. 6-8.

4. Гинсберг Дж. М., Блум П. Н. "Выбор правильной стратегии зеленого маркетинга". MIT Sloan Management Review. 2004. Том 46. № 4. С. 79–84.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РИСКА ЛИКВИДНОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

МЕДНОВА ЮЛИЯ ОЛЕГОВНА

магистрант

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева»

Аннотация: в авторском материале рассматриваются методы оценки показателей риска ликвидности в деятельности коммерческих банков, кратко приводится состояние ликвидности коммерческого банка, а также исследуются направления развития и оптимизации методов оценки показателей риска ликвидности в действующих экономических условиях.

Ключевые слова: экономика, коммерческие банки, банковские риски, показатели ликвидности, оценка риска, риск ликвидности.

DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT OF METHODS FOR ASSESSING LIQUIDITY RISK INDICATORS IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS

Mednova Yulia Olegovna

Abstract: the author's material discusses methods for assessing liquidity risk indicators in the activities of commercial banks, briefly describes the state of liquidity of a commercial bank, and also explores the directions of development and optimization of methods for assessing liquidity risk indicators in the current economic conditions.

Key words: economics, commercial banks, banking risks, liquidity indicators, risk assessment, liquidity risk.

Актуальность данного исследования заключается в том, что риски, с которые присутствуют в банковской деятельности в большей степени выражаются в форме рисков ликвидности. Риск потери ликвидности влияет на деятельность банка, его репутацию и возможность функционировать, так как может даже привести к банкротству. Поэтому оценка ликвидности является такой важной составляющей аналитической и прогнозной деятельности банковских служб, поскольку она дает возможность выявить реальные и потенциальные тенденции, которые могут свидетельствовать об ухудшении ликвидности банковского баланса и своевременно отреагировать и принять меры при возникновении подобных проблем.

В условиях экономической нестабильности соблюдение требований ликвидности банка, ее оценка и способы ее поддержания в целях обеспечения надежности, устойчивости и прибыльности его деятельности приобретают особое значение, как для банковской системы, так и для финансовой системы страны в целом, что свидетельствует о значимости данного исследования.

Целью данного исследования является изучение направлений развития методов оценки показателей риска ликвидности в деятельности коммерческих банков.

Банки подвержены риску ликвидности, так как не копят деньги для единовременной оплаты всех своих обязательств. Они производят оценку достаточного уровня денежных средств и резервов лик-

видности, которые требуются для исполнения их обязательств в различные периоды времени, на основании текущих рыночных условий, прогнозов о будущих изменениях в статьях баланса и имеющихся исторических показателей [1].

Ликвидность банка определяется сбалансированностью активов и пассивов банка, сроки размещения активов должны соответствовать привлеченным пассивам. Можно сделать вывод, что оценка ликвидности банка состоит из оценки ликвидности банковского баланса [2, с. 113].

Банком России установлены нормативные значения ликвидности, которые должны соблюдаться кредитными организациями (табл. 1) [3].

Таблица 1

Нормативы ликвидности

Нормативы ликвидности	Предельное значение, установленное Банком России, %	Описание норматива
Норматив мгновенной ликвидности (Н2)	(Минимальное значение Н2, установленное ЦБ – 15%)	Регулирует риск потери банком ликвидности в течение одного операционного дня и определяет минимальное отношение суммы высоколиквидных активов банка к сумме обязательств (пассивов) банка по счетам до востребования.
Норматив текущей ликвидности (Н3)	(Минимальное значение Н3, установленное ЦБ – 50%)	Регулирует риск потери банком ликвидности в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней и определяет минимальное отношение суммы ликвидных активов банка к сумме обязательств (пассивов) банка по счетам до востребования и со сроком исполнения обязательств в ближайшие 30 календарных дней.
Норматив долгосрочной ликвидности (Н4)	(Максимальное значение Н4, установленное ЦБ – 120%)	Регулирует риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы и определяет максимально допустимое отношение кредитных требований банка с оставшимся сроком до даты погашения свыше одного года, к собственным средствам банка и обязательствам (пассивам) с оставшимся сроком до даты погашения свыше одного года.

Банки оценивают ликвидность в основном следующими методами [4]:

- Рассчитывают риск-метрики для того, чтобы измерять и контролировать риск ликвидности. Расчет метрик производится в соответствии с требованиями локальных регуляторов;
- Сценарный анализ и стресс-тестирования применяются для определения возможного дефицита ликвидности и объема необходимого буфера ликвидности, который покрывал бы данный дефицит при влиянии рисков факторов, при воплощении возможного негативного сценария;
- Подход «снизу-вверх», дает возможность прогнозировать баланс, рассчитывая профиль ликвидности на будущие периоды основываясь на детальном прогнозе баланса в разрезе продуктов. Этот подход используют при оперативном управлении риском ликвидности;
- Подход «сверху-вниз» позволяет прогнозировать баланс таким образом, чтобы произвести расчет профиля ликвидности на будущее, используя упрощенную группировку основных статей баланса. Применяется он в ходе разработки планов фондирования и при бизнес-планировании.

При этом Банк России определил, что для российского рынка появилась необходимость оптимизировать коэффициенты ликвидности и произвести их калибровку. Это необходимо как в части перечня активов, которые могут быть использованы в качестве источника ликвидности, так и оценки потребности банков в ликвидности в зависимости от особенностей их балансов. Созрела необходимость в изменении управления риском ликвидности, чтобы банки в основном пользовались рыночными инструментами и тщательнее планировали структуру баланса, а не рассчитывали полностью на рефинансирование от Банка России [5].

При оценке риска ликвидности необходимо отражать факторы, которые появились с развитием финансовых технологий. В рамках разработки новых нормативов и совершенствования текущих, состав высоколиквидных активов планируется дополнить цифровыми рублями на цифровом кошельке как эквивалента средств на корреспондентском счете в Банке России при расчете нормативов. При этом само введение цифровых рублей может привести к перетоку некоторой части средств клиентов в цифровые кошельки, которые не регулируются банками [5].

Для внедрения новых нормативов ликвидности банкам может потребоваться достаточно длительный переходный период. Сроки могут быть увеличены в случае необходимости дифференцировать значение нормативов по видам банков.

Поскольку новые требования Банка России в скором времени вступят в силу, банкам необходимо перестраивать свою систему оценки риска ликвидности или дополнять ее, в этом им могут помочь следующие аспекты:

- Автоматизация и цифровизация процессов оценки ликвидности может значительно повысить эффективность управления риском ликвидности и обеспечить более оперативное реагирование на изменения во внутренних или внешних факторах. Применение современных технологий и алгоритмов анализа существенного объема данных дает возможность прогнозировать возникновение потребности в ликвидных активах, что, в свою очередь, увеличит скорость принятия необходимых при данной ситуации решений;

- Развитие методов анализа ликвидности с учетом большего количества переменных и факторов, которые могут оказывать влияние, к ним могут относиться: динамика баланса банка, макроэкономические показатели, операционные риски и другие;

- Обеспечение точности и надежности данных, которые используются при оценке и прогнозировании ликвидности, поскольку это критически важно для принятия верных и своевременных управленческих решений.

Таким образом, существующие стандарты оценки ликвидности кредитных организаций подлежат корректировке, а представленные направления развития анализа и оценки риска ликвидности позволят повысить оперативность, точность и надежность процессов принятия необходимых решений на основе полученных данных.

Список источников

1. Электронный ресурс Банки.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.banki.ru/> (13.05.2024).
2. Бобошко, Н. М. Финансово-кредитная система: учебное пособие / Н. М. Бобошко, С. М. Проява – М.: ЮНИТИ-ДАНА – 2022. – 240 с.
3. Система Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/70286876/7d6bbe1829627ce93319dc72963759a2/> (12.05.2024).
4. Указание Банка России от 07.12.2015 №3883-У «О порядке проведения Банком России оценки качества систем управления рисками и капиталом, достаточности капитала кредитной организации и банковской группы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190733/ (13.05.2024).
5. Официальный сайт Центрального банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.cbr.ru/> (14.05.2024).

© Ю.О. Меднова, 2024

УДК 336.76

ДИНАМИКА IPO НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

ЯШУКОВА СВЕТЛАНА ЮРЬЕВНА,

студентка 4курса , специальность 38.05.01
«Экономическая безопасность», факультет экономики
ФГБОУ ВО Нижегородский – филиал РАНХиГС

ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА

старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета
Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского;

старший преподаватель кафедры финансов и правового регулирования финансового рынка
Нижегородский институт управления - филиал РАНХиГС,
г. Нижний Новгород, Россия

Аннотация: В данной статье проведена комплексная аналитика динамики IPO (Initial Public Offering) на рынке ценных бумаг. Первоначально была рассмотрена теория первичных публичных размещений акций. Далее проведен анализ количества IPO и объема привлечения средств на рынке, рассмотрены тенденции, и динамика этих показателей в различные периоды времени. Дополнительно были выявлены основные причины структурных изменений на рынке IPO, такие как влияние геополитики, рестройка экономики и торговой инфраструктуры, уход крупных инвесторов с рынка капитала, ограниченный спрос со стороны институциональных игроков. Эти факторы оказывают существенное влияние на динамику IPO и формирование рыночной среды для компаний, планирующих провести IPO. Исследование позволило выявить отрасли, которые наиболее активно используют IPO для привлечения капитала, а также секторы, пользующиеся повышенным интересом со стороны инвесторов. Рассмотрение динамики IPO по секторам помогло выявить тенденции развития различных отраслей в контексте первичных публичных размещений акций.

Ключевые слова: IPO, акций, инвесторов, компании, рынке.

IPO DYNAMICS IN THE SECURITIES MARKET

**Yashukova Svetlana Yurievna,
Ivashechkina Lyudmila Georgievna**

Abstract: This article provides a comprehensive analysis of the dynamics of IPO (Initial Public Offering) in the securities market. Initially, the theory of initial public offerings of shares was considered. Next, an analysis of the number of IPOs and the volume of fundraising in the market is carried out, trends and dynamics of these indicators in different time periods are considered. Additionally, the main causes of structural changes in the IPO market were identified, such as the influence of geopolitics, the restructuring of the economy and trade infrastructure, the withdrawal of large investors from the capital market, and limited demand from institutional players. These factors have a significant impact on the dynamics of IPOs and the formation of a market environment for companies planning to conduct an IPO. The study revealed the industries that are most actively using IPOs to raise capital, as well as sectors that are enjoying increased interest from investors. Considering the dynamics of IPOs by sector helped to identify trends in the development of various industries in the context of initial public offerings of shares.

Key words: IPO, shares, investors, companies, market.

Динамика IPO на рынке ценных бумаг является важной темой для инвесторов и компаний, так как размещение акций компаний, так как размещение акций компании на рынке может иметь значительное воздействие на ее стоимость и капитализацию. Особенно в периоды повышенной активности на IPO-рынке, когда большое количество компаний ищут финансирование через публичное размещение акций. Изучение динамики IPO может помочь инвесторам принимать обоснованные инвестиционные решения и оценивать потенциальные риски и возможности на рынке ценных бумаг.

IPO представляет собой процесс, при котором компания впервые предлагает свои акции для публичной торговли на фондовой бирже. Это дает возможность широкому кругу инвесторов приобрести долю в компании, которая до этого была закрытой и не публичной. Процесс IPO является важным этапом в жизни компании и имеет большое значение, как для самой компании, так и для инвесторов и рынка ценных бумаг в целом.

Для компании проведение IPO позволяет привлечь дополнительные средства, которые могут использоваться для финансирования роста, инвестиций в новые проекты, развития бизнеса и выплаты доли владельцам. Также IPO повышает профиль и видимость компании, улучшает ее репутацию, и может привлечь новых клиентов и партнеров. Кроме того публичное размещение акций дает возможность существующим акционерам реализовать свою долю и получить выручку от продажи.

Для инвесторов IPO предоставляет возможность инвестировать в перспективные компании на раннем этапе и получать потенциально высокую прибыль от роста цены акций. Тем самым IPO создает новые инвестиционные возможности и разнообразие на рынке ценных бумаг. Кроме того IPO может оказывать влияние на ценовую динамику и ликвидность рынка, привлекая внимание инвесторов и увеличивая интерес к определенным отраслям компаниям.

Российский рынок IPO претерпел значительные изменения с момента 2022 года. Объем сделок значительно уменьшился, а частные инвесторы стали основными участниками, оттеснив крупные западные и локальные институциональные игроки. В 2021 году, когда был достигнут пик объема IPO, российские компании смогли привлечь около 300 млрд. руб. при медианном размещении в 25 млрд. руб. В 2023 году всего шесть компаний привлекли 39 млрд. руб. при медианном объеме сделки в 5 млрд. руб., и предполагается, что еще один эмитент в скором времени проведет IPO [1]. Средняя доходность для инвестора, участвовавшего во всех IPO 2023 года, составила 28% к концу 19 декабря 2023 года. В сравнении если бы инвестор приобретал не акции на IPO, а индекс МосБиржи в дни размещений, его доходность была нулевой [3] (рис 1).

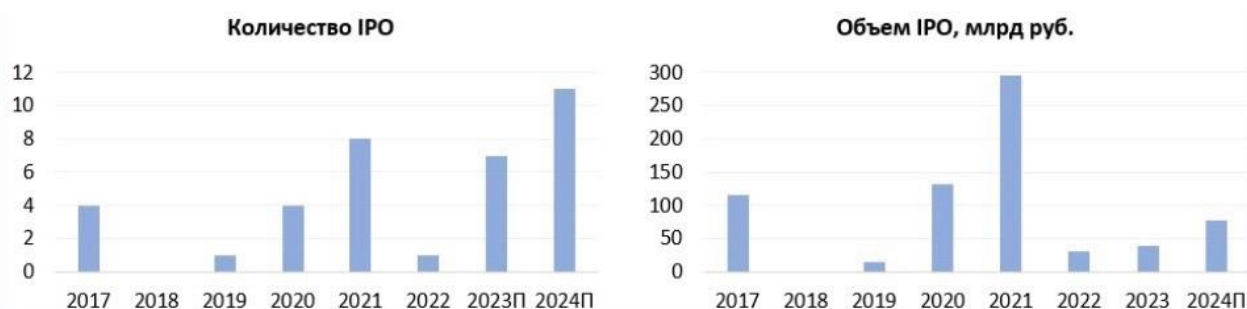


Рис. 1. Количество и объем IPO в динамике с 2017 по 2024 гг.

Основными причинами структурных изменений на рынке IPO стали следующие факторы:

- Геополитическая ситуация, которая привлекла к перестройке экономики и торговой инфраструктуры;
- Уход крупных западных и российских инвесторов с российского рынка капитала;
- Ограниченный спрос со стороны оставшихся крупных институциональных игроков (таких как инвестиционные фонды, банки и т.д.);
- Как и на рынке акций, где 80% оборота теперь приходится на физических лиц, инициатива на рынке IPO перешла к частным инвесторам, и ожидается, что такая ситуация сохранится в среднесрочной перспективе;

• До июля 2023 года, когда начался цикл повышенной ключевой ставки, было более выгодно привлекать средства через заемный капитал, в том числе через облигации, чем через IPO.

По итогам 2023 года было проведено в общей сложности семь IPO, объем которых оценивается в 40 млрд. руб. (рис 2).

	Сектор	Привлечено, млрд руб.	% от УК	Бонды	Рейтинг
Genetico	Здравоохранение	0.2	12%	Да	Акра: BB+(RU), стаб.
Астра	IT	3.5	5%	Нет	-
Henderson	Потребление	3.8	14%	Да	Эксперт РА: ruA-, стаб. Акра: A(RU), стаб.
Евротранс	Нефть и газ	14	34%	Да	Акра: A-(RU), стаб.
Южуралзолото	Металлургия	7.0	6%	Да	Эксперт РА: ruAA, стаб. Акра: AA-(RU), стаб.
Совкомбанк	Финансы	11.5	5%	Да	Эксперт РА: ruAA, стаб. Акра: AA-(RU), стаб.
Мосгорломбард	Финансы	1.0	28%	Да	Эксперт РА: ruBB-, стаб.
Всего		40			

Рис. 2. Перечень IPO по секторам 2023 г.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что первичные публичные размещения акций являются важным инструментом привлечения инвестиций и капитала для компаний, а также способом для инвесторов получить доступ к новым возможностям инвестирования.

Динамика IPO на рынке ценных бумаг характеризуется увеличением количества размещений и объема привлечения средств. Основными причинами структурных изменений являются: геополитическая ситуация, перестройка экономики и торговой инфраструктуры, уход крупных западных и российских инвесторов, ограниченный спрос со стороны институциональных игроков.

Перечень IPO по секторам указывает на то, что различные сектора экономики могут иметь разную динамику IPO. Некоторые сектора, такие как технологии, здравоохранение, финансы, инновации, могут быть более привлекательными для инвесторов и, следовательно, могут иметь большее количество IPO и объем размещений.

Таким образом, комплексный анализ динамики IPO на рынке ценных бумаг позволяет оценить тенденции и выявить основные факторы влияния на рынок.

Список источников

1. IPO на МосБирже в 2023 году: [сайт]. – 2024. – Текст. Изображение: электронные. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/short/ipo-моех-2023/> (дата обращения: 11.05.2024).
2. Алехин, Б. И. Рынок ценных бумаг : учебник и практикум для вузов / Б. И. Алехин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 497 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05683-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538065> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Московская биржа : Индексы : [сайт]. – Москва, 2024. – Текст. Изображение: электронные. – URL: <https://www.moex.com/ru/index/IMOEX/technical> (дата обращения: 11.05.2024).
4. Рынок IPO : [сайт]. – Москва, 2024. – Текст. Изображение: электронные. – URL: <https://aigenis.by/wp-content/uploads/2023/12/obzor-rynka-ipo-rf-do-2025-g..pdf> (дата обращения: 10.05.2024).

© С.Ю. Яшукова, Л. Г. Ивашечкина, 2024

УДК 336

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

ТЕМУРЗИЕВА АШАТ МАГОМЕД-АМИНОВНА

студентка

ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»

Научный руководитель: Строй Галина Владимировна*к.п.н., доцент кафедры естественно-научных дисциплин**ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»*

Аннотация: в статье дано определение финансовой грамотности, исследуются ее основные элементы: установки, знания, практические навыки. Исследована характеристика финансовых возможностей и компетенций. Рассматриваются механизмы повышения финансовой грамотности от нано- до мегауровня. Показана взаимосвязь финансовой грамотности и благосостояния населения.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовые знания, умения, навыки, финансовые возможности, национальное благосостояние.

FINANCIAL LITERACY OF POPULATION AS A FACTOR OF NATIONAL WELFARE GROWTH

Temurzieva Ashat Magomed-Aminovna*Scientific adviser: Stroy Galina Vladimirovna*

Abstract: the paper provides a definition of financial literacy, examines its basic elements: attitudes, knowledge, practical skills. The paper investigates the characteristics of financial capacity and competency. The author suggests mechanisms to improve the financial literacy from nano- to mega- level. The interrelation of financial literacy and welfare is shown.

Key words: financial literacy, financial knowledge, attitudes, practical skills, financial capability, national welfare.

Финансовая грамотность, является средством обеспечения материального благополучия каждого человека, а также является одним из ведущих навыков человеческой жизни. Тем не менее, современные исследования показывают, что лишь небольшая часть населения обладает необходимыми финансовыми знаниями и навыками, что является угрозой не только для стабильности семейного бюджета, но и для сбалансированного развития экономики в целом. Адекватный уровень финансовой грамотности для домохозяйства, способствует разумному управлению семейным бюджетом, помогает уменьшить риски мошенничества, обеспечивает достижение жизненных целей, снижает уязвимость в период кризисов, стимулирует экономику дополнительными инвестиционными ресурсами и укрепляет доверие к финансовым учреждениям, а для финансовой системы и государства гарантирует развитие финансовых рынков.

Ученые связывают наноэкономику с экономическим поведением отдельных граждан и возможностью влияния на макро- и микроэкономические системы. Государство пытается расширить возможности регулирования решений индивидов о потреблении, инвестициях, сбережениях и предпринимательстве с целью мобилизации их средств в национальные проекты и инновационную экономику, что становится основой данного подхода.

Физические лица, наряду с юридическими, являются основными потребителями финансовых услуг, обычные граждане, чаще всего не обладают базовым финансовым образованием. Это ограничивает возможности принятия рациональных решений для обеспечения личного финансового благополучия.

Поэтому, обучение финансовой грамотности становится все более значительной частью образования, это необходимо для того, чтобы граждане могли принимать осознанные финансовые решения и управлять своими финансами эффективно. Важно, чтобы люди умели составлять бюджет, понимали основы инвестирования, планировали свои пенсионные накопления и умели защищать себя от финансовых мошенничеств. Инвестирование в образование и обучение финансовой грамотности поможет улучшить финансовое благополучие общества в целом и сделает его более устойчивым к экономическим потрясениям.

Финансовая грамотность также включает в себя обширные знания о ведущих финансовых рынках, их специфике, правилах их управления, а также о ключевых участниках рынка и услугах, которые они предоставляют. Это также способность грамотно использовать эти инструменты, продукты и услуги, осознавая при этом все последствия своих действий и готовность взять на себя ответственность за принимаемые финансовые решения.

Финансовая грамотность включает следующие основные элементы: установки (отношение к деньгам), знания о финансовых услугах и практические навыки [2].

Установки являются основой финансовой грамотности. Речь идет о формировании культуры финансового поведения, которая начинается с учета домашнего бюджета, умения обращаться с наличными, и заканчивая разработкой плана для удовлетворения потребностей на протяжении всей жизни. Люди, у которых знания и умения в области долгосрочного финансового планирования не достаточно развиты, часто ограничиваются мыслью лишь о сегодняшних задачах. Необходимо переосмыслить это отношение, сосредоточив внимание на том, что жизненный путь каждого человека сопровождается важными событиями, к которым следует подойти с особой ответственностью.

Другая важная установка, препятствующая развитию финансовой активности населения — это недоверие населения финансовым институтам.

Для того, чтобы изменить данную установку необходимо убедить людей в том, что существование таких институтов является важным и необходимым элементом рынка, а также является стандартом для современного общества. Государству необходимо сконцентрироваться на формировании знаний и основных навыков в финансовом секторе, финансовых знаниях и навыках.

Второй важный элемент состоит из необходимых знаний, которые включают в себя понимание рисков и доходности, дисконтирования, различий между наличными и безналичными платежами, реальными и номинальными показателями, понимание принципов и механизмов функционирования финансовых рынков, основ юридической и налоговой грамотности, понимание границ ответственности финансовых учреждений перед клиентами и клиентов перед финансовыми учреждениями, знание основных финансовых терминов и многое другое.

Третьим элементом являются практические навыки — это способность искать и находить информацию о рынке, умение читать договор и понимать содержащуюся в нем информацию, привычка следить за основными показателями рынка, умение сравнивать между собой предложения различных компаний, подавать претензию или жалобу в том случае, если нарушены права и тому подобное. Необходимо сформировать привычку следить за событиями на финансовом рынке, например за уровнем процентных ставок по кредитам и депозитам, стоимостью страховых продуктов, доходностью ПИФов и так далее.

Повышение уровня финансовой грамотности положительно влияет на разные категории граждан, так как способствует предотвращению закрытости от финансового рынка и социально-экономической

мобильности. У финансово грамотных людей больше вариантов выбора в своем поведении, которые дают им возможность увеличить свои доходы будущих периодов и повысить уровень жизни [5].

Потребитель, обладающий компетентностью, высокой финансовой грамотностью и финансовыми возможностями, способен выбирать действительно необходимый для себя продукт, корректно распоряжаясь собственными средствами. Поэтому финансовая грамотность является одним из способов снижения экономических рисков и важным средством против бедности.

Рассмотрим финансовые возможности и компетенции (табл. 1):

Таблица 1

Финансовые возможности и компетенции

Финансовые возможности	Финансовые компетенции
Управление бюджетом	Умение контролировать доходы и расходы, умение экономить и выбирать способы накопления, умение брать кредит и оценивать риски.
Перспективное планирование	Планирование личных финансов на будущее, обеспечение финансами на будущее, прогнозирование доходности финансовых операций.
Рыночный выбор	Способность сравнивать условия различных банков и стоимость различных финансовых продуктов, знание о государственном страховании.
Получение помощи	Изучение возможностей и методов защиты прав потребителей, умение разрешать конфликты и рассматривать варианты реструктуризации долга.

На микроуровне механизм улучшения финансовой грамотности включает в себя: обучение людей в финансовых вопросах, опыт родителей и самообучение. На макроуровне этот процесс осуществляется через консультирование независимых финансовых консультантов, финансовое образование, информационную поддержку местных финансовых институтов, обучение в интернете. На мезоуровне существует механизм повышения финансовой грамотности населения через участие банковского сектора. Проводятся семинары для повышения квалификации банковских сотрудников, работающих с клиентами напрямую. На макроуровне формируется механизм государственного регулирования, включающий в себя создание, поддержку и реализацию целевых программ и проектов, направленных на повышение финансовой грамотности населения с учетом национального и мирового опыта, а также особенностей социально-экономической среды страны.

С каждым годом возрастает необходимость улучшения финансовой грамотности. Это поможет уменьшить уровень бедности и обеспечит граждан пониманием особенностей налоговой и пенсионной систем. Это, в свою очередь, приведет к увеличению сборов налогов, а также способствует развитию малого и среднего бизнеса. Повышение финансовой грамотности должно привести к большей устойчивости финансовой системы, особенно в условиях перехода к инфляционному таргетированию, чьей конечной целью является обеспечение ценовой стабильности, а также повышение национального благосостояния и улучшение уровня жизни всего населения.

Список источников

1. Батумская Ф. Финансовая грамотность / Ф. Батумская. — Москва: Литрес, 2023. — 28 с.
2. Зеленцова А.В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов. — Москва: Литрес, 2022. — 106 с.
3. Финансовая грамотность россиян 2023. Аналитический центр НАФИ – [Электронный ресурс] Режим доступа:

<http://nafi.ru:8080/upload/iblock/b34/b3472e3a7037f1dc5cbacc9d7b2a25c6.pdf?ysclid=lmahgbimuf138871363>
(дата обращения: 01.05.2024)

4. Финансовая грамотность россиян 2024. Аналитический центр НАФИ – [Электронный ресурс]
Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/indeks-finansovoy-gramotnosti-rossiyan-2024/> (дата обращения: 01.05.2024)

5. Туманян Ю.Р. Финансовая грамотность: учебник / Ю.О. Туманян, О.А. Ищенко-Падукова, А.Н. Козлов [и др.]. — Москва: Литрес, 2022. — 212 с.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 778.58

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ АО «КИНОМАКС»

ЯНКОВСКАЯ ДИНА ГЕННАДЬЕВНА,

к.э.н., доцент

БИКЧУРАЕВА СЮЮМБИКЭ РАШИДОВНА,**ЛАТЫПОВА АЛИНА ИЛЬДУСОВНА**

студенты

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) Федеральный университет»

Аннотация: Российский рынок киноиндустрии на данный момент находится на этапе трансформации. Он пытается возобновить свою деятельность и вернуться к результатам прошлых лет. Статья посвящена анализу и оценке текущего состояния российского рынка киноиндустрии на примере крупнейшей кинокомпании России - Акционерного общества «Киномакс». Цель исследования заключается в выявлении ключевых тенденций, проблем и перспектив развития кинобизнеса в России. В рамках работы проведен анализ финансовых показателей компании «Киномакс» по показателям выручки, прибыли, затрат, а также дана оценка эффективности деятельности. Также изучено влияние внешних факторов на киноиндустрию, таких как социокультурные тенденции, конкуренция, изменения в потребительском спросе.

Ключевые слова: российский рынок киноиндустрии, билеты на онлайн-платформах, финансирование, рентабельность, фондоотдача, эффективность деятельности, АО «Киномакс».

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF THE STATE OF THE RUSSIAN FILM INDUSTRY MARKET ON THE EXAMPLE OF JSC "KINOMAX"

**Yankovskaya Dina Gennadievna,
Bikchuraeva Suumbike Rashidovna,
Latypova Alina Ildusovna**

Abstract: Russian cinema market is currently in a transformational phase. Film industry market is trying to resume their activities and come back for the results of previous years. This article is devoted to the analysis and assessment of the state of the Russian film industry market on the example of JSC "Kinomax". The article is devoted to the analysis and assessment of the current state of the Russian film industry market on the example of a large film company, a JSC "Kinomax". The main purpose of the study is to identify key trends, problems and prospects for the development of the film business in Russia. As part of the work, an analysis of the financial indicators of the "Kinomax" company was carried out in terms of revenue, profit, costs, as well as an assessment of the efficiency of activities. The influence of external factors on the film industry, such as socio-cultural trends, competition, and changes in consumer demand, has been studied.

Key words: Russian movie market, online ticketing platforms, financing, profitability, Fixed-asset turnover, operational effectiveness, JSC "Kinomax".

В последние годы российский рынок киноиндустрии продолжает развиваться и расти. Однако ввод пакета блокирующих санкций в отношении России в ответ на спецоперацию оказывает негативное влияние на сферу рынка кинематографии, который испытывает нехватку фильмов, поставки определенного импортного оборудования в страну. Поскольку за последние несколько лет Россия стала крупнейшей площадкой в Европе по количеству зрителей, это самый мощный удар по вновь восстанавливающемуся после периода пандемии рынку киноиндустрии, который, как прогнозируется, станет кинотеатром с оборотом в миллиард долларов.

На сегодняшний день российская киноиндустрия снова намерена попытаться добиться внимания зрителей. Подъем производства и интереса к отечественной ленте вызван в первую очередь заявлением кинематографа Голливуда о прерывании выпуска нового контента и ухода с российского рынка. Вследствие этого некоторым киносетям довелось свести к минимуму количество залов, ввиду малой заполняемости и экономической нецелесообразности. Другим, сокращая число рабочих часов, пришлось перейти на неполный режим работы, работая лишь по выходным, а некоторым пришлось закрыться. За 2023 год в прокат стартовали 164 картины, а на стриминговых сервисах кино в свет вышло 175 оригинальных проектов.

Отмена деятельности зарубежных студий привела к сокращению кинотеатрами выручки, которая формировалась в значительной мере за счет проката масштабных голливудских премьер, которые приносили более 70% доходов. Так, сообщается, что сеть кинотеатров «Киномакс» недополучила 1 млрд руб., «Каро» 1.3 млрд руб.

Подорожание билетов в кино за последнее время достигли рекордных значений, что также негативно сказывается на складывающейся ситуации. Глава Ассоциации владельцев кинотеатров Алексей Воронков утверждает, средняя цена билета в кинотеатрах в среднем составляет 323,7 руб.

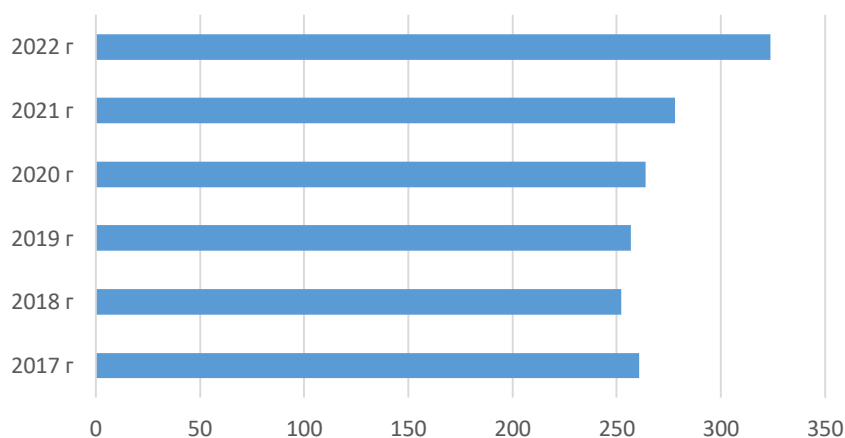


Рис. 1. Средняя стоимость услуг кинотеатров в период 2017-2022 гг.

Поскольку доход кинотеатра — это совокупность выручки от продажи услуг и товаров киновара, то специфическим показателем становится посещаемость. Ссылаясь на источники «Яндекс-афиши», в 2022 году посетители купили билеты через онлайн-платформы в 2 раза меньше, чем в 2021, причиной тому стали отсутствие громких релизов, привлекающих массового зрителя, рост просмотров пиратского контента жителями России и учащение посещения онлайн-кинотеатров, из-за дефицита качественных кинокартин и недоступности американских блокбастеров, а также снижение частоты походов в кинотеатры у населения в возрасте 25-34 лет.

Россия на данный период времени имеет шансы и большие возможности для создания прибыльных кинопроектов. Это иллюстрирует успешный пример с «Чебурашкой», сумевший собрать в прокате миллиарды рублей. Но создание продукта — дело трудное и далеко не быстрое. Бюджет, отпущенный на производство кино в прошлом году, превратится в фильмы только в следующем.

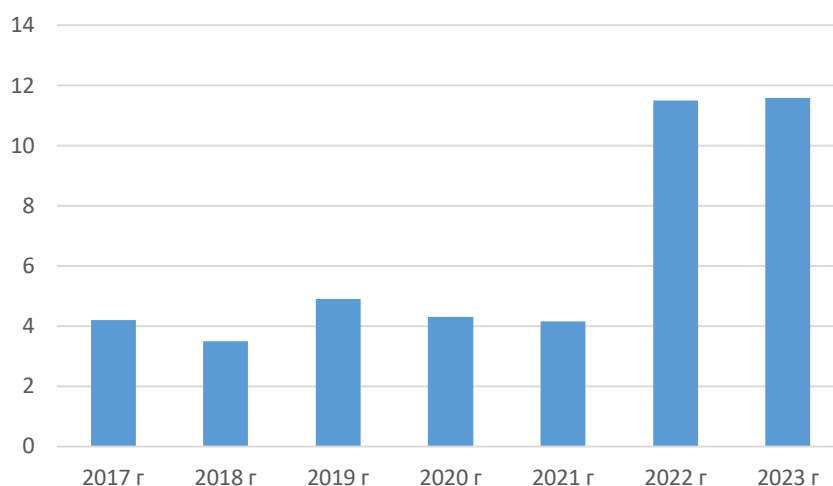


Рис. 2. Финансирование государством российской киноиндустрии за период 2017-2023 гг.

С 2017 по 2021 год государство в среднем выделяло на российское кино по 4,21 млрд рублей ежегодно. Но начиная с 2022 года уровень финансовой поддержки был резко поднят и достиг 11,5 млрд, что примерно в 3 раза больше, чем в 2021 году. Наиболее удачным для российских киностудий стал 2023 год: российский кинематограф получил 11,6 млрд рублей. Самый низкий уровень финансовой поддержки был в 2018 году – 3,2 млрд. Уровень бюджетирования последние два года стал более высоким по сравнению с финансированием прошедших лет. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что спонсорские бюджеты в нашей стране имеют тенденцию к увеличению.

В 2025–2026 годах субсидирование отечественного кино может быть урезано. Об этом уведомляет «Бюллетень кинопрокатчика» со ссылкой на проект федерального бюджета на 2024 год.

В данной статье рассмотрим на примере АО «Киномакс», как выживали крупнейшие киносети в России в последние годы, и в каком состоянии они находятся на текущий год после разрыва сотрудничества РФ с крупными мировыми киностудиями, и попытаемся определить, смогут ли отечественные кинотеатры преуспеть без помощи Запада, давая надежды на восстановление рынка кино в нашей стране. АО «Киномакс» - один из лидеров федерального кинопоказа в России. Компания проводит гибкую ценовую политику и внедряет эффективные программы лояльности. [1]

Рассмотрим основные показатели бухгалтерской отчетности АО "Киномакс". При анализе и оценке бизнеса более общую картину представляет бухгалтерский баланс предприятия. Для начала проанализируем структуру активов и пассивов по разделам баланса АО "Киномакс" (таблица 1).

Таблица 1
Динамика показателей бухгалтерского баланса АО «Киномакс» за период 2019-2023 годов

Раздел бух. баланса	Сумма, тыс. руб.				
	2023	2022	2021	2020	2019
1. Активы	10 468 428	11 732 622	2 814 203	3 060 194	3 280 912
1.1 Внеоборотные активы	9 595 345	11 216 904	2 337 823	2 643 084	2 603 265
1.2 Оборотные активы	873 083	515 718	476 380	417 110	677 647
2. Пассивы	10 468 428	11 732 622	2 814 203	3 060 194	3 280 912
2.1 Капитал и резервы	- 847 767	- 958 415	- 196 872	- 219 273	385 073

Продолжение таблицы 1

Раздел бух. баланса	Сумма, тыс. руб.				
	2023	2022	2021	2020	2019
2.2 Долгосрочные обязательства	9 865 912	10 901 074	2 457 714	2 029 012	2 220 202
2.3 Краткосрочные обязательства	1 450 283	1 789 963	553 361	1 250 455	675 637

По данным бухгалтерского баланса можно отметить, что баланс компании в 2022 году резко увеличился примерно в 4 раза по сравнению с прошлыми периодами их деятельности. На это могли повлиять увеличение внеоборотных активов на 8 879 081 тыс.руб. по сравнению с 2021 годом. Компания приобрела дополнительные долгосрочные активы (здания, сооружения, оборудование и другое). Так же у компании увеличилась сумма долгосрочных обязательств. Изучив отчет о движении денежных средств, видно, что большая часть денежных средств ушла на платежи поставщикам и на выплату заработной платы сотрудникам.

Соотношение оборотных активов и краткосрочных обязательств значительно хуже, чем у большинства аналогичных организаций. Это угрожает платежеспособности организации в долгосрочной и среднесрочной перспективе.

Анализ основных показателей деятельности АО «Киномакс» за 2019-2023 года представлен в таблице 2.

Таблица 2

Основные показатели деятельности АО «Киномакс» за период 2019-2023 гг.

Показатель, тыс.руб.	Год				
	2023	2022	2021	2020	2019
Выручка	3 995 421	1 965 507	3 682 660	2 044 592	5 139 484
Абсолютное изменение выручки	2 029 914	- 1 717 153	1 638 068	- 3 094 892	x
Относительное изменение выручки, %	203,28	53,37	180,12	39,78	x
Темп роста к 2019 году (базису)	77,74	38,24	71,65	39,78	x
Расходы	7 839 810	9 557 120	4 016 910	2 833 871	5 462 342
Чистая прибыль (убыток)	- 751 252	- 973 239	22 401	- 604 346	64 455
Рентабельность от продаж	- 18,80	- 49,52	0,61	- 29,56	1,25
Стоимость ОС	6 967 960	8 676 678	2 124 960	2 423 194	2 590 218
Фондоотдача (выручка / стоимость ОС)	0,57	0,23	1,73	0,84	1,98

По данным таблицы можно отметить, что на протяжении последних 5 лет динамика выручки по годам не однозначна, однако, сравнивая 2023 год с 2019 годом видно, что темп роста составил 77,74%. Темп роста меньше 100% означает, что компания не развивается, выручка снизилась и в бизнесе есть проблемы. Расходы компании увеличились, на это могли повлиять инфляция, рост цен на кинопоказы и кинофильмы, а так же конкуренция на рынке.

На протяжении пяти лет компания убыточна, только в 2019 и 2022 годах была получена прибыль. Ввиду накопленных убытков у организации отсутствует собственный капитал, поэтому компания полностью зависима от заемного капитала. Наличие собственного капитала – важное условие стабильной финансовой устойчивости организации. За последние годы наблюдается убыточность продаж.

Проведенный факторный анализ выручки позволяет сформулировать следующие выводы. Вы-

ручка компании увеличилась на 2369106,4 тыс.руб. за счет изменения фондоотдачи и уменьшилась на 393005,14 тыс.руб. за счет изменения стоимости основных фондов. В целом, выручка компании выросла, на это положительно повлиял рост фондоотдачи.

Проведенный анализ финансовой отчетности АО "Киномакс", основным видом деятельности которой является деятельность в области демонстрации кинофильмов, показал, что финансовое состояние компании на 31.12.2023 хуже состояния конкурентов. Несмотря на то, что выручка в отчетном году выросла, итоговым финансовым результатом стал убыток.

По результатам проведенного анализа сформулируем основные рекомендации для компании, столкнувшейся с убытками, отрицательной рентабельностью и низкой фондоотдачей:

1. Провести анализ бизнес-модели компании. Определить, что именно приводит к убыткам и отрицательной рентабельности.
2. Провести мероприятия по сокращению расходов компании.
3. Рассмотреть возможность диверсификации расходов.
4. Ввести корректировки в стратегию компании, в ее маркетинг и продвижение, а также проанализировать своих конкурентов.

Таким образом, видно, что несмотря на то, что российский рынок киноиндустрии развивается, выпускает новые фильмы и сериалы, создает новые проекты, сами компании, занимающиеся демонстрацией этих продуктов, убыточны. Пандемия 2020-2022 годов, уход с российского кинопроката западных кинопродуктов отрицательно повлияли на эти компании. Данная тенденция рассмотрена на примере финансовой отчетности компании АО «Киномакс».

Почему же отечественных кинопродуктов не хватает для более эффективной деятельности рынка? Основным источником доходов киносетей - показ фильмов. Западные кинопродукты занимали примерно 80-85% всех демонстрируемых фильмов в российском кинопрокате. После ухода иностранной части, осталось примерно 20% фильмов, что, конечно, отрицательно повлияло на финансовую устойчивость и независимость компаний, занимающихся демонстрацией фильмов. В 2022 году из федерального бюджета на производство российских фильмов выделили более 12 млрд рублей. Это примерно в три раза больше, чем в предыдущем году. На сегодняшний день несмотря на то, что российское кино развивается и выпускает каждый месяц новые продукты, российский кинорынок не способен конкурировать с западной киноиндустрией. На это потребуются много сил, времени и вложений. Однако уже видны плоды работы российской киноиндустрии.

Список источников

1. Официальный сайт АО «Киномакс». Режим доступа: <https://kinomax.ru/static/about> (дата обращения: 12.05.2024)
2. АО "Киномакс": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. Режим доступа: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7705995118_ao-kinomaks
3. Луппова, А. В. Влияние санкций на российский рынок кинопроката / А. В. Луппова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 21 (468). — С. 168-170. — URL: <https://moluch.ru/archive/468/103221/> (дата обращения: 12.05.2024).
4. Крупнейшие сети кинотеатров России [Электронный ресурс] / Самойленко Т. – Электрон. текстовые дан. – Москва: [б.и.], 17.04.2024. – Режим доступа: <https://shopandmall.ru/articles/krupnejsie-seti-kinoteatrov-rossii-kak-izmenilas-situacia-za-poslednie-gody> (дата обращения: 12.05.2024)
5. Государство может сократить поддержку отечественного кинопроизводства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/finansirovanie-kinoproizvodstva-63636.html?ysclid=lw3pc6tiy3778357902> (дата обращения: 12.05.2024)
6. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 10 апреля 2023 г № 937 «Об утверждении основных принципов государственной финансовой поддержки кинопроизводства в 2023 году» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Об утверждении основных принципов государственной финансовой поддержки кинопроизводства в 2023 году (culture.gov.ru) (дата обращения: 12.05.2024)

УДК: 338.1

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

АБДИРАШ ЕРСУЛТАН НУРЛАНОВИЧ

магистрант

НАО «Казахский агротехнический исследовательский университет имени С.Сейфуллина»

Научный руководитель: Байдаков Асылбек Канаевич*к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Учёт и финансы»**НАО «Казахский агротехнический исследовательский университет имени С.Сейфуллина»*

Аннотация: в статье рассматривается разработка информационной модели, направленной на эффективное управление денежными потоками в контексте стратегического управления. Проанализированы основные компоненты модели, ее преимущества и применимость в современных условиях.

Ключевые слова: информационная модель, учетно-аналитическое обеспечение, стратегическое управление, денежные потоки.

DEVELOPMENT OF AN INFORMATION MODEL FOR ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR STRATEGIC CASH FLOW MANAGEMENT

Abdirash Yersultan Nurlanovich*Scientific adviser: Baydakov Asylbek Kanaevich*

Abstract: The article discusses the development of an information model aimed at effective cash flow management in the context of strategic management. The main components of the model, its advantages and applicability in modern conditions are analyzed.

Key words: information model, accounting and analytical support, strategic management, cash flows.

Каждая организация, либо предприятие вне зависимости от ее вида деятельности и организационно-правовой формы, не сможет продолжать свою деятельность без определенных финансовых средств. Во время укрепления рыночных отношений и конкурентоспособности предприятия денежные потоки требуют рационального стратегического управления. Бухгалтерский учет денежных средств имеет важное значение для рационального построения денежных потоков предприятия, для расчета платежеспособности и ликвидности. Денежные средства в бухгалтерском учете являются основной категорией денежного капитала. Приумножение, правильное использование и контроль за сохранностью денежных средств это важнейшая задача бухгалтерского учета, а именно правильное стратегическое использование денежных потоков.

Денежные средства — это самые необходимые активы организации, либо предприятия, которые обладают очень высокой ликвидностью. Они могут быть использованы в бумажных или металлических

знаках, но чаще всего они используются как определенная сумма в расчетных счетах или депозитах. Денежные средства обеспечивают предприятию свободу выбора поставщиков, наибольшую ликвидность, и гибкость, тем самым увеличивая прибыль.

Согласно Плану счетов бухгалтерского учета, утвержденного приказом Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года № 185 «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета» подраздел 1000 – «Денежные средства» предназначен для учета денежных средств.

Денежные средства жизненно необходимы каждому предприятию и являются начальным и конечным этапом хозяйственной деятельности предприятия, а также единственным видом средств, обладающим абсолютной ликвидностью. Поэтому бухгалтерский учет и анализ денежных потоков необходим предприятию, чтобы ими умело управлять, оптимизировать и соответственно иметь возможность поддерживать платежеспособность и конкурентоспособность предприятия, улучшать финансовое состояние и планировать поступление и отток денежных средств. При правильном и грамотном управлении денежными средствами организация будет иметь возможность своевременно уплачивать свои обязательства, и в большей мере извлекать чистую прибыль и дополнительные доходы. Все это придает особое значение анализу потоков денежных средств, как важнейшему инструменту управления, контроля сохранности, законности и эффективности использования денежных средств, поддержания повседневной платежеспособности предприятия.

Постоянное использование денежных средств и непрерывное их движение во времени как раз, так и создают денежный поток. Главной целью денежных потоков является предоставление информации о поступлении или же выбытии денежных средств и их эквивалентов за определенный отчетный период. Основываясь на этой информации, можно строить стратегию управления денежными потоками предприятия для достижения своих целей.

Для достижения поставленной цели определим сущность системы стратегического управленческого учета в системе управления проектами. Существует большое количество литературы, посвященной определению стратегического управленческого учета, некоторые из них рассмотрены ниже. Стратегический управленческий учет должен рассматриваться в контексте стратегий управления, используемых или планируемых к реализации в организации. Стратегический управленческий учет предоставляет финансовую информацию о результатах деятельности организации.

Стратегический управленческий учет предоставляет финансовую информацию о результатах, достигнутых организацией в отношениях с клиентами, конкурентами и поставщиками. Стратегический управленческий учет — это система, предоставляющая финансовую информацию о результатах деятельности организации.

Таблица 1

Задачи системы стратегического управленческого учета

Этап стратегического управления проектом	Задачи системы стратегического управленческого учета	Методы и инструменты
1. Стратегический анализ	1.1. Сбор и учет информации о внешней и внутренней среде проекта	Для анализа макросреды -PEST (STEP) анализ, для анализа микросреды -пятифакторная модель Портера, ресурсная модель. Для обобщения результатов анализа – «Резюме анализа внешних стратегических факторов» (EFAS). Для анализа внутренней среды -SWOT анализ, SNW анализ, цепочка ценностей по М. Портеру, бенчмаркинг.
	1.2. Формирование достоверной и полной информации о проекте, в том числе: анализ возможностей и угроз внешней среды; анализ сильных и слабых сторон внутренней среды. Разработка и наполнение информационной базы данных (ИБД) предприятия.	
2. Стратегический выбор	2.1. Определение возможной зоны для целеполагания проекта, ее обоснование и конкретизация.	Оценка привлекательности среды, оценка внешнего и внутреннего конкурентного преимущества проекта, матрица стратегического контроллинга.

Продолжение таблицы 1

Этап стратегического управления проектом	Задачи системы стратегического управленческого учета	Методы и инструменты
	2.2. Установление целей проекта в соответствии с целями управления организации. Обеспечение согласованности проектов в процессе стратегического планирования.	Метод установления цели SMART (SMARTER); портфельный анализ проектов, метод сбалансированности жизненных циклов проектов.
	2.3. Разработка и оценка альтернативных вариантов реализации проекта. Выбор предпочтительного варианта с учетом факторов риска.	Сценарный метод, метод экспертной оценки, эвристические методы (мозговой штурм, метод Дельфи и т.д.), оптимизационные методы (с использованием линейного, нелинейного, динамического программирования, нейросетевые методы и т.д.). Метод расчета чистой приведенной стоимости проекта, метод экономической добавленной стоимости, метод опционов. Для оценки рисков: метод имитационного моделирования (метод Монте-Карло), статистические методы, методы экспертных оценок, аналитические методы (анализ чувствительности), метод сценариев, методы аналогий и т.д.
	2.4. Формирование организационной структуры проекта и разработка стратегических бюджетов.	Для формирования оргструктуры: анализ стейкхолдеров. Для разработки бюджетов: метод прироста, метод нулевого базиса, расчетно-аналитический метод, нормативный метод, метод стратегического баланса.
3. Реализация и контроль	3.1 Установление контрольных показателей и контрольных точек по этапам реализации проекта.	Система сбалансированных показателей (BSC), система ключевых показателей эффективности (KPI), управление стоимостью компании (VBM), управление по целям (MBO).
	3.2. Мониторинг процесса достижения поставленных целей и выявления возможных отклонений.	Наблюдение, изучение документов, опросы, эксперименты, методы сопоставления, GAP-анализ, управление по слабым сигналам.
4. Анализ и принятие решений по контруправлению	4.1. Анализ отклонений и разработка мер по предотвращению рисков и сценариев развития будущей ситуации по контруправлению.	Факторные методы (метод цепных подстановок), трендовый анализ, статистический анализ.

Целесообразность внедрения системы стратегического управленческого учета в систему управления проектами должна быть экономически обоснована. Одним из вариантов оценки эффективности является расчет мультипликаторов. Мультипликатор указывает на увеличение стоимости проекта и рассчитывается, например, путем капитализации денежных потоков за весь жизненный цикл проекта. В этом случае показатель рассчитывается как сумма чистых дисконтированных денежных потоков, рассчитанных за весь жизненный цикл проекта с учетом факторов риска и отнесенных к транзакционным издержкам периода разработки и реализации проекта. Транзакционные издержки в период реализации проекта — это затраты на создание системы стратегического управленческого учета и затраты, необходимые для информационной поддержки процесса достижения стратегических целей компании.

Выводы, сделанные в данной работе по развитию информационных моделей учетно-аналитического обеспечения стратегического управления денежными потоками, определяют следующие основные аспекты:

1. Важность разработки информационной модели для эффективного стратегического управления денежными потоками подтверждается рядом факторов, в том числе динамичностью современной экономической среды, необходимостью оперативного принятия решений и оптимизации финансовых процессов;

2. Процесс разработки информационной модели — это многоступенчатый процесс, включающий анализ потребностей и целей организации, выбор подходящих методологий и технологий, разработку структуры и архитектуры модели, ее внедрение и тестирование;

3. Внедрение разработанной информационной модели в деятельность организации может повысить эффективность стратегического управления денежными потоками и обеспечить оперативной информацией для принятия решений, снижения затрат и минимизации рисков.

Таким образом, разработка информационной модели учета и аналитической поддержки стратегического управления денежными потоками является важным шагом в повышении финансовой устойчивости и конкурентоспособности организации в условиях современной рыночной экономики.

Список источников

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года №234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2024 г.)

2. Международные стандарты финансовой отчетности (версия 2023 года) // <http://www.minfin.gov.kz/irj/portal/anonymouse?NavigationTarget=>

3. Дюсембаев К.Ш. Финансовый анализ: Учебное пособие. – Алматы: ТОО «Фортуна Полиграф», 2019. – 264 с.

4. Землякова Е.Е. Разработка системы стратегического управленческого учета для промышленного предприятия.

6. Суворова С.П. Формирование стратегического управленческого учета на промышленных предприятиях: теория и методология.

7. Коваленко А.В., Соколова А.В. Интегральная оценка эффективности деятельности предприятия // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2016. - № 4. - С. 110-116.

8. Колесникова Н.В. Интегральная оценка финансового состояния предприятия // Бизнес и управление. - 2015. - № 4. - С. 84-89.

9. Попова Ю.В. Интегральная оценка рентабельности предприятия // Научно-исследовательский журнал. - 2018. - № 3. - С. 41-44.

11. Абдильдин С. Управление эффективностью работы предприятия с использованием многофакторной модели Дюпона // Учет и анализ на предприятии. – 2021. – №3 (30). С. 16-23.

12. Карлин Т.Р. Сравнительный анализ финансовых отчетов (на основе GAAP и IAS). Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 448 с.

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 336.225

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В РОССИИ

ГОЛУБЦОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
НИСРЕДОВ ДАВИД РАСИМОВИЧ

студенты 2 курса
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Научный руководитель: Паценко Ольга Николаевна
к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Аннотация: в данной статье приведена статистика налоговых проверок в России, рассмотрены программы искусственного интеллекта, применяемые ФНС России, описаны преимущества и предложены перспективные направления для усовершенствования использования искусственного интеллекта в системе налогового контроля.

Ключевые слова: искусственный интеллект, налоговые правонарушения, предотвращение налоговых правонарушений.

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO IDENTIFY AND PREVENT TAX VIOLATIONS IN RUSSIA

Golubtsova Anastasia Alexandrovna,
Nisredov David Rasimovich

Scientific supervisor: Patsenko Olga Nikolaevna

Abstract: this article provides statistics on tax audits in Russia, examines artificial intelligence programs used by the Federal Tax Service of Russia, describes the advantages and suggests promising areas for improving the use of artificial intelligence in the tax control system.

Key words: artificial intelligence, tax offenses, prevention of tax offenses.

Налоговые правонарушения со стороны налогоплательщика являются важной проблемой для налоговых органов и государства в целом, так как они влекут за собой потерю доходов в бюджет страны, развитие теневого бизнеса, возникновение коррупции и т.д. Внедрение искусственного интеллекта в налоговую систему государства позволит расширить инструментарий для выявления налоговых правонарушений, а также упростит процесс их предотвращения.

Согласно статистическим исследованиям в налоговой сфере, в 2023 году в Российской Федерации было проведено около 5000 выездных проверок компаний, что на 47% меньше, чем в 2022 году. При этом, как сообщает Центральный Банк, объемы подозрительных операций в теневых финансовых

услугах в 2023 году снизились на 12% [1]. Основные отрасли, где наблюдается повышенный спрос на теневые транзакции, представлены на рисунке 1.

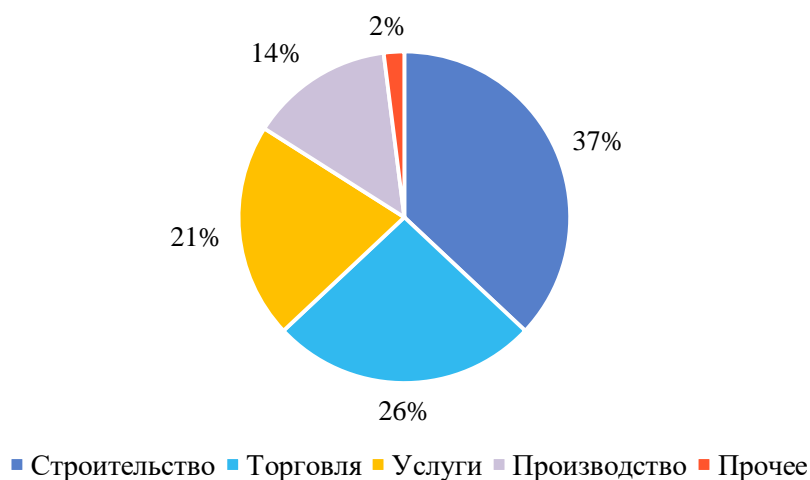


Рис. 1. Отрасли экономики, формировавшие спрос на теневые финансовые услуги (%) [2]

Как сообщает министр финансов России, Федеральная налоговая служба РФ использует искусственный интеллект при проверке физических и юридических лиц. В частности, применяется информационная программа для проверки деклараций по НДС – АСК «НДС-2» [3]. Функционал данной системы позволяет выявить неплательщиков НДС одной из сторон договора поставок. Кроме того, в России в сфере налоговых проверок используется CRM-система, которая сигнализирует о высоких рисках работникам налоговых служб и в результате начинаются налоговые рейды. Такой искусственный интеллект обрабатывает большие объемы данных налогоплательщиков и их финансовых операций. С помощью автоматизированной системы проверок субъектов налогообложения появилась возможность отслеживать доходы людей, получаемые из деятельности в интернет-сети.

На сегодняшний день, выявление налоговых правонарушений в Российской Федерации стало более простым и эффективным процессом. Так, например, для оплаты налогов и постановки на налоговый учет используются сервисы «Мой налог», «Налоги ФЛ», «Уплата налогов и пошлин физических лиц», «Личный кабинет налогоплательщика», Единый портал государственных и муниципальных услуг. Благодаря тому, что российские граждане пользуются автоматизированным личным кабинетом, информация становится прозрачной и сохраняется в электронных приложениях.

В целом, использование искусственного интеллекта с целью выявления и предотвращения налоговых правонарушений имеет следующие преимущества. Искусственный интеллект позволяет анализировать большие объемы налоговой информации, обнаруживать уклонение налогоплательщиков от уплаты налогов, предоставлять сводку о наличии рисков в совершении налоговых правонарушений. Кроме того, применение искусственного интеллекта повысит уровень соблюдения налогового законодательства, что в свою очередь приведет к увеличению доходов правительства. Искусственный интеллект позволит снизить рутинную нагрузку с налоговых инспекторов и при этом повысить доверие к системе налоговых проверок.

Среди перспективных направлений для развития искусственного интеллекта в области налоговых правонарушений в Российской Федерации можно выделить внедрение таких технологий как блокчейн, big data и IoT. Для успешной реализации искусственного интеллекта с целью предотвращения налоговых правонарушений необходимо предпринять следующие меры:

- провести сбор, анализ и интеграцию данных налогоплательщиков, их налоговых деклараций, финансовых операций;
- разработать алгоритмы искусственного интеллекта для обнаружения подозрительной деятельности налогоплательщиков;

– провести обучение налоговых инспекторов по использованию искусственного интеллекта для выявления и предотвращения налоговых правонарушений.

Искусственный интеллект так же может быть использован в качестве дополнительных превентивных мер налоговых правонарушений. Например, ИИ может разработать перечень рекомендаций для налогоплательщиков с целью минимизации рисков нарушения налогового законодательства. При этом, стоит учитывать правовые и этические аспекты использования искусственного интеллекта, среди которых предоставление конфиденциальности данных, наличие возможных ошибок в работе новейших технологий, исключение предвзятости алгоритма и обеспечение подотчетности его решений.

Таким образом, применение искусственного интеллекта при выявлении и предотвращении налоговых правонарушений в Российской Федерации делает систему налогового контроля более эффективным, снижает нагрузку как на налогоплательщиков, так и на налоговых специалистов, а также делает систему налогообложения более прозрачной и открытой.

Список источников

1. Официальный сайт Центрального Банка РФ. URL: https://cbr.ru/analytics/podft/resist_sub/2023/ (дата обращения: 30.04.2024).
2. О чем говорит налоговая статистика 2023-2024 и как защититься от рисков [Электронный ресурс]: РБК – Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/XCWOWzIJJZ/o-chem-govorit-nalogovaya-statistika-2023-2024-i-kak-zaschititsya-ot-riskov/> (дата обращения: 30.04.2024).
3. Налоговая использует технологии искусственного интеллекта для выявления неплательщиков НДС | ФНС России | 25 Приморский край [Электронный ресурс]: Федеральная налоговая служба – Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/rn25/news/activities_fts/12371690/ (дата обращения: 01.05.2024).

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК: 338.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИЗМЕРЕНИЯ ИНДИКАТОРОВ ДОЛГОСРОЧНОГО ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

КАМСАЕВА МЕРУЕРТ КАНАТОВНА

магистрант

НАО «Казахский агротехнический исследовательский университет имени С. Сейфуллина»

Научный руководитель: Байдаков Асылбек Канаевич*к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Учёт и финансы»**НАО «Казахский агротехнический исследовательский университет имени С. Сейфуллина»*

Аннотация: инновационные методы измерения индикаторов долгосрочного финансового состояния предприятия активно развиваются в научной литературе. Использование современных методических подходов и инструментов позволяет более точно оценивать финансовую устойчивость предприятия на долгосрочный период. Это способствует улучшению финансового планирования, а также принятию более обоснованных стратегических решений со стороны управляющих организацией.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовые показатели, платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость.

IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL TOOLS FOR MEASURING INDICATORS OF THE LONG-TERM FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE

Kamsayeva Meruyert Kanatovna*Scientific adviser: Baydakov Asylbek Kanaevich*

Abstract: Innovative methods for measuring indicators of the long-term financial condition of an enterprise are actively developing in the scientific literature. The use of modern methodological approaches and tools makes it possible to more accurately assess the financial stability of an enterprise for a long-term period. This helps to improve financial planning, as well as the adoption of more informed strategic decisions by the managers of the organization.

Key words: financial condition, financial indicators, solvency, liquidity, financial stability.

В современных экономических условиях Казахстана, улучшение методов измерения показателей долгосрочного финансового состояния предприятия является критически важным для эффективного управления и развития компаний. Разработка и внедрение новых методик оценки финансового состояния предприятий в Казахстане направлены на учет особенностей региональной экономики, бизнеса и требований местного законодательства. Вот некоторые из современных методик оценки долгосрочного финансового состояния предприятия в контексте Казахстана:

1. Анализ финансовых показателей:

- Использование показателей ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости для оценки долгосрочного финансового состояния предприятия.

- Учет специфики казахстанской экономики и финансового рынка при оценке показателей, таких как капитализация компании, структура капитала и уровень заемных обязательств.

2. Методы оценки стоимости компании:

- Применение дисконтированных денежных потоков (DCF) и подхода к рыночной стоимости акций для определения долгосрочной стоимости предприятия.

- Учет особенностей казахстанского рынка акций, рынка недвижимости и других активов при определении стоимости компании.

3. Методы анализа финансовых рисков:

- Использование методов статистического анализа и моделирования для оценки долгосрочных финансовых рисков предприятия.

- Адаптация международных стандартов управления финансовыми рисками к условиям казахстанского бизнеса и финансовых рынков.

4. Внедрение цифровых и технологических инструментов:

- Использование цифровых платформ и аналитических инструментов для автоматизации процесса сбора, анализа и отчетности финансовых данных.

- Внедрение технологий блокчейн и big data для анализа долгосрочной финансовой устойчивости предприятия.

Примеры усовершенствования методологических инструментов измерения показателей долгосрочного финансового положения предприятий в Казахстане могут включать в себя применение новейших аналитических методов, внедрение автоматизированных систем финансового управления и адаптацию международных стандартов финансового менеджмента к местным условиям. Такие усовершенствования могут помочь казахстанским компаниям более точно оценивать свое долгосрочное финансовое состояние и принимать обоснованные решения. Другим важным аспектом усовершенствования методик оценки показателей долгосрочного финансового положения предприятий в Казахстане является внедрение мировых финансовых стандартов и методик в оценочную практику местных компаний. Например, Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) и стандарты финансового менеджмента (МСФО) предоставляют широко используемые методы анализа финансовых показателей, адаптированные к ситуации казахстанских компаний. Внедрение этих стандартов помогает сделать финансовую отчетность сопоставимой и улучшить доступность информации для внешних инвесторов.

Дополнительным важным аспектом совершенствования методологии измерения показателей долгосрочного финансового положения предприятий в Казахстане является интеграция международных финансовых стандартов и методик в процесс оценки местных компаний. Например, мировые стандарты финансовой отчетности (МСФО) и стандарты финансового управления (МСФО) предоставляют широко применяемые методы анализа финансовых показателей, которые могут быть адаптированы к условиям деловой среды в Казахстане. Их использование позволяет обеспечить сопоставимость финансовой отчетности и повысить доступность информации для потенциальных инвесторов.

В целом, усовершенствование методического подхода к измерению показателей долгосрочного финансового состояния предприятий в Казахстане включает широкий спектр мероприятий, таких как приведение в соответствие международных стандартов, цифровая трансформация и разработка специализированных методических подходов для различных отраслей. Это способствует повышению точности и достоверности финансового анализа предприятий, обеспечивая более надежные основы для принятия управленческих решений.

При улучшении методологического инструментария для оценки долгосрочного финансового состояния предприятия необходимо учитывать возможные статистические ошибки или неточности, которые могут возникнуть в процессе сбора и анализа данных. Это включает анализ и учет факторов, способных исказить результаты исследования, таких как изменения в валютных курсах, воздействие инфляции, особенности налогообложения или разнообразные финансовые операции, которые могут вли-

ять на реальное финансовое положение компании. В свете современных изменений в мировой экономике также необходимо оценить воздействие глобальных или региональных кризисов, таких как экономические санкции, пандемии, торговые конфликты и т.д., на финансовую ситуацию предприятий. Эти факторы могут требовать пересмотра методов оценки и включение новых показателей для анализа устойчивости и стабильности предприятий в условиях переменчивой экономической среды.

Вместе с этим, разработка современных подходов к оценке финансового состояния предприятий включает использование инновационных методов, таких как анализ Big Data, применение искусственного интеллекта и машинного обучения для прогнозирования финансовых показателей и выявления скрытых закономерностей в данных компаний. Современные технологические решения также обеспечивают автоматизацию процессов сбора и анализа финансовой информации, что способствует более оперативной и точной оценке финансового состояния предприятий. Такие инструменты могут включать в себя системы управления предприятием (ERP), программное обеспечение для финансового анализа и системы управления рисками.

В итоге, совершенствование методологического инструмента для измерения показателей долгосрочного финансового состояния предприятий требует всестороннего подхода, включающего сочетание традиционных методов анализа с инновационными технологиями, а также учитывающего внешние экономические и социальные факторы, влияющие на финансовое положение компаний.

Давайте рассмотрим пример совершенствования методического инструментария измерения индикаторов долгосрочного финансового состояния предприятия в Казахстане на примере крупной компании в сфере нефтегазовой отрасли. Допустим, компания "КазахОйл" стремится улучшить свои методы измерения долгосрочного финансового состояния. В связи с этим, она могла бы внедрить инновационные подходы, такие как анализ больших данных и использование искусственного интеллекта для прогнозирования финансовых показателей. "КазахОйл" сможет собирать и анализировать большие объемы данных о своей деятельности, рынке и внешних экономических факторах, что поможет улучшить прогнозирование будущих финансовых показателей и оценку рисков.

Для совершенствования методического инструментария оценки долгосрочного финансового состояния «КазахОйл» внедряются современные технологические решения, такие как:

Системы управления предприятием (ERP): автоматизируют процессы сбора и анализа финансовых данных, повышают точность и оперативность анализа.

Системы управления рисками: помогают компании более эффективно учитывать внешние факторы, влияющие на долгосрочное финансовое состояние, такие как валютные риски и геополитическая нестабильность.

Таким образом, модернизированный методический инструментарий оценки долгосрочного финансового состояния «КазахОйл» будет включать в себя современные технологии, интегрированные системы управления предприятием и учет внешних факторов. Это позволит компании проводить более точные и всесторонние оценки своих финансовых положений, что обеспечит устойчивый и масштабный успех в масштабной атаке.

Таким образом, совершенствование методического инструментария измерения индикаторов долгосрочного финансового состояния предприятия в Казахстане имеет возможность включать внедрение современных технологических решений, таких как анализ больших данных, применение искусственного интеллекта, системы управления предприятием и системы управления рисками. Эти подходы помогут компаниям в более точной и всесторонней оценке своего финансового состояния на долгосрочной основе, что позволит им управлять рисками и принимать более обоснованные стратегические решения. Это важно для обеспечения устойчивого и успешного развития предприятий в современной экономической среде.

Список источников

1. Щитникова, И.К. Финансовое состояние организаций – показатель их эффективности / И. К. Щитникова // Финансы. Учет. Аудит. – 2009. –С. 2-3.

2. Немчинов А.А. К вопросу исследования сущности финансового потенциала предприятия /. — 2016. – С. 4.
3. Отчет об устойчивом развитии "КазахОйл" – 2021. – 5 с.
4. Кочетков, М. А. Применение цифровых технологий для улучшения гибкости бизнес-процессов в промышленности: опыт крупных компаний / М. А. Кочетков // Вестник евразийской науки. — 2023. – С. 5-6.

УДК 330

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**ЗАХАРОВ СЕРГЕЙ МИХАЙЛОВИЧ,
ГРИДИН ГРИГОРИЙ КОНСТАНТИНОВИЧ**

студенты
ФВУНЦ ВВС «ВВА»
г. Челябинск

Научный руководитель: Рогожин Василий Макарович

*к.п.н., доцент
ФВУНЦ ВВС «ВВА»
г. Челябинск*

Аннотация. В центре внимания нашей исследовательской работы находится проблема развития предпринимательства, которая является одним из основных направлений современной экономической теории. Учет экономических интересов предпринимателей позволяет предположить, на каком этапе развития находится бизнес в нашей стране, и наметить дальнейший путь экономической эволюции. В статье актуализируются проблемы российского предпринимательства на современном этапе экономического развития. Определена связь государства и бизнеса, проведен анализ перспектив развития предпринимательства в России. Делается вывод о необходимости и важности государственной поддержки предпринимательства как одной из важнейших приоритетных стратегий страны.

Ключевые слова: налогообложение, поддержки, малый и средний бизнес, коммерция, государство, экономика, финансирование, законодательство, предпринимательство, оказание.

RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE MODERN ECONOMY: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Zaharov Sergei Mihailovich,
Gridin Grigoriy Constantinovich**

Scientific adviser: Rogozhin Vasilii Makarovich

Annotation. The focus of our research work is the problem of entrepreneurship development, which is one of the main directions of modern economic theory. Consideration of the economic interests of entrepreneurs makes it possible to assume at what stage of development business is in our country and outline the future path of economic evolution. The article updates the problems of Russian entrepreneurship at the present stage of economic development. The connection between the state and business is determined, and an analysis of the prospects for the development of entrepreneurship in Russia is carried out. The conclusion is drawn about the need and importance of state support for entrepreneurship as one of the most important priority strategies of the country.

Key words: taxation, support, small and medium-sized businesses, commerce, government, economics, financing, legislation, entrepreneurship, provision.

Сегодня экономический успех государства во многом достигается за счет предпринимательства. Оно придаёт продуктивный характер. Развитие предпринимательства сокращает разрыв между потенциалом экономической системы. Экономическая роль предпринимательства в настоящее время во многом заключается в содействии осуществления следующих процессов:

- освоение новых перспективных производств;
- модернизация и реконструкция устаревших производств;
- развитие конкуренции;
- увеличение международной открытости экономики страны.

Предпринимательство в Российской Федерации представлено индивидуальными предпринимателями, а также средними предприятиями.

На современном этапе экономического развития предпринимательство является первоочередной и неотъемлемой составляющей структуры не только российского рынка, но и любого другого развитого государства. Роль предпринимательства в развитии экономики поистине велика, поскольку благодаря этому виду деятельности создаются новые рабочие места, поступают налоговые отчисления в бюджет страны, удовлетворяются потребности населения в товарах и услугах, внедряются технологии и инновации. Введенная, и в целом, предпринимательская деятельность непосредственно способствует росту экономической мощи страны. Поэтому проблемы крупного, среднего и малого бизнеса приобретают особое значение и внимание [1, с. 64].

Владимир Путин пообещал предпринимателям стабильные и предсказуемые условия для уверенной работы бизнеса в России, а также защиту их прав. Он заверил, что о пересмотре итогов приватизации речи не идет, а изъятие предприятий оправдано, когда действия или бездействия собственников наносят прямой ущерб безопасности страны. Президент подчеркнул: рост экономики РФ - это в том числе результат усилий бизнеса, который работает не только на прибыль, но и на национальные интересы.

Один из элементов поддержки предпринимателей - модернизация фискальной системы, чтобы налоговая нагрузка распределялась справедливее, а бизнес, который развивается, инвестирует, в том числе в инфраструктурные, социальные, кадровые проекты, получал дополнительные стимулы.

Правительство, парламент и деловые, общественные объединения, регионы уже обсуждают параметры изменений и готовят необходимые предложения. По мнению президента, обновленные налоговые условия нужно зафиксировать на длительный срок. "Надо обеспечить стабильные и предсказуемые условия для надежной, уверенной работы бизнеса", - подчеркнул Владимир Путин. Он уточнил, что донстройка налоговой системы должна стать "еще одним важным шагом для улучшения инвестиционного климата".

Главные проблемы развития предпринимательства в современной России:

- несовершенство налоговой системы, неадекватность налоговых ставок;
- отсутствие оборотных средств вследствие недоступности кредитных ресурсов;
- низкий платежеспособный спрос населения;
- высокая арендная плата за временное пользование объектами недвижимости и прочими основными средствами;
- несовершенство инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности;
- низкий уровень безопасности предпринимательской деятельности.

Одной из самых больших проблем предпринимательства является связанный с ним риск. Начинать бизнес рискованно, без гарантии успеха. Чтобы добиться успеха, предприниматели должны быть готовы идти на просчитанный риск и принимать трудные решения [2, с. 47].

Другая проблема – конкуренция. Сегодняшняя экономика высоко-конкурентна, и каждый день появляются новые предприятия. Чтобы добиться успеха, предприниматели должны уметь отличаться от своих конкурентов и предлагать что-то уникальное.

Доступ к финансам также является серьезной проблемой для многих предпринимателей. Для открытия бизнеса требуется капитал, и многие предприниматели изо всех сил пытаются получить финансирование, необходимое для запуска своего бизнеса. Это особенно актуально для маргинализирован-

ных групп, таких как женщины и меньшинства, которые часто сталкиваются с дополнительными барьерами в доступе к финансированию.

Наконец, предпринимательство может быть опытом одиночества и изоляции. Предприниматели часто работают сверхурочно и сталкиваются с высоким уровнем неопределенности, что может повлиять на их психическое здоровье и благополучие.

Несмотря на эти проблемы, предпринимательство также предлагает много возможностей. Одним из самых больших преимуществ является возможность быть самим себе начальником и контролировать свою судьбу. Предприниматели имеют свободу создавать бизнес, который они хотят, и следовать своему собственному видению.

Предпринимательство также дает возможность осуществить значимые изменения. Многие предприниматели начинают свой бизнес с социальной или экологической миссии, используя свой бизнес как платформу для положительного воздействия. Это позволяет им менять мир к лучшему, а также зарабатывать на жизнь [3, с. 251].

Наконец, предпринимательство может быть очень полезным и плодотворным карьерным путем. У предпринимателей есть возможность создать что-то с нуля, построить команду и наблюдать, как их бизнес растет и преуспевает.

Итак, предпринимательство является ядром любой социально-экономической системы, основанной на принципах частной собственности и конкуренции. Предприниматель-собственник, как мы видели, является центральной фигурой гражданского и торгового оборота; он — главный герой рынка, гарант стабильности гражданского общества.

В современных условиях предпринимательство является важнейшим структурным элементом не только рыночной экономики, но и гражданского общества в целом, затрагивая все его сферы. На пути к эффективной предпринимательской деятельности существует множество препятствий правового, организационного, бюрократического, политического, экономического и культурного характера, которые связаны, прежде всего, с переходным характером общественного развития и которые, в конечном счете, препятствуют формированию и функционированию предпринимательской деятельности. Гражданское общество в России.

Возможные направления преодоления препятствий [4, с. 119]:

- укрепление устойчивости экономического развития;
- улучшение правового воздействия и повышение правовой культуры населения;
- создание современного законодательства о предпринимательстве и неукоснительное исполнение законов и иных правовых актов;
- активизация деятельности самих предпринимателей и ряда других.

Однако, несмотря ни на что, российские предприниматели постепенно завоевывают прочные позиции на мировой арене и наверняка через какое-то время будут лидировать, поскольку по своим качествам они не только не отстают, но и во многом опережают других западных коллег.

Теперь возрождение России во многом зависит от предпринимателей, но для этого они должны продолжать традиции русского купечества и заботиться не только о собственном обогащении, но и об экономическом и духовном процветании своего отечества.

Предпринимательство предлагает как проблемы, так и возможности в современной экономике. Хотя это может быть рискованно и конкурентно, оно также дает свободу создавать что-то уникальное и оказывать положительное влияние. Таким образом, обладая правильными навыками, мышлением и поддержкой, предприниматели могут преодолеть проблемы, с которыми они сталкиваются, и построить успешный бизнес, который меняет мир к лучшему. Поскольку мир продолжает меняться и развиваться, предпринимательство будет продолжать играть важную роль в формировании экономики и общества в целом.

Список источников

1. Волков, О. И. Экономика. Курс лекций / О.И. Волков, В.К. Складенко. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 150 с.
2. Геец, В.М. Общество, государство, экономика: феноменология взаимодействия и развития. 2-е изд., перераб., и доп / В.М. Геец. – М.: Экономика, 2018. – 631 с.
3. Царев, В. Е. Проблемы и перспективы развития современного малого бизнеса в России / В. Е. Царев, Д. А. Вершина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 24 (128). – С. 250-252.
4. Черданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: Учебник / Л.Н. Черданова. – М.: Academia, 2018. – 288 с.

© С.М. Захаров, Г.К. Гридин, 2024

УДК 65.658

МАТРИЦА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ

ЛЕРНЕР КСЕНИЯ ВАДИМОВНА

магистрант

Национальный исследовательский университет ИТМО

Научный руководитель: Олиферович Дмитрий Игоревич*старший преподаватель (квалификационная категория "старший преподаватель"),
факультет технологического менеджмента и инноваций
Национальный исследовательский университет ИТМО*

Аннотация: стартапы, как особая форма предпринимательской деятельности, являются двигателем инноваций и экономического роста. В современном мире, где цифровая трансформация становится неотъемлемой частью бизнес-среды, необходимы постоянные изменения. Для принятия срочных и важных решений необходимы заранее подготовленные инструменты с поэтапным планом для работы команды. В статье рассматриваются варианты матриц принятия решений, алгоритм их составления и создаются 3 основные матрицы для принятия решения о цифровизации стартапов.

Ключевые слова: Матрица принятия решений, бизнес-процессы, стартап, цифровая трансформация, автоматизация, цифровизация.

DECISION-MAKING MATRIX FOR SELECTING DIGITALIZATION TOOLS

Lerner Kseniya Vadimovna*Scientific adviser: Oliferovich Dmitry Igorevich*

Abstract: Startups, as a special form of entrepreneurial activity, are the engine of innovation and economic growth. In today's world, where digital transformation is becoming an integral part of the business environment, constant change is required. To make urgent and important decisions, pre-prepared tools with a step-by-step plan for the team's work are needed. The article discusses the variants of decision matrices, the algorithm of their compilation and creates 3 main matrices for decision making on digitalization of startups.

Key words: Decision Matrix, business processes, startup, digital transformation, automation, digitalization.

Стартапы, как наиболее передовые и развивающиеся бизнес-процессы нуждаются в своевременной цифровизации. Одним из инструментов, которые помогают систематизировать информацию и облегчают процессы принятия решений, являются матрицы принятия решений, используемые в менеджменте.

Матрица принятия решений — это инструмент, позволяющий оценить важность и взаимосвязь различных параметров при принятии решений, представляющий собой таблицу, в которой строки соответствуют различным альтернативам, а столбцы - различным критериям оценки.

Матрица помогает снизить стресс и усталость, уменьшить неопределенность и рассмотреть варианты с разных аспектов. Метод эффективен, когда необходимо сравнить похожие варианты, сузить круг выбора до окончательного решения и оценить множество факторов.

Каждая ячейка матрицы содержит оценку важности соответствующей альтернативы по опреде-

ленному критерию. Эти оценки могут быть числовыми или качественными, в зависимости от специфики проблемы и методологии оценки (Могут быть, как целочисленными, так и в буквенном формате).

Матрица принятия решений позволяет проанализировать важность каждого критерия и определить наиболее приемлемую альтернативу с учетом всех параметров. Этот инструмент широко используется в бизнесе, экономике, управлении проектами и других областях, где необходимо принимать сложные решения.

Использование матрицы принятия решений помогает структурировать процесс принятия решений, учесть все важные факторы и их взаимосвязь. Это помогает сделать обоснованный и взвешенный выбор, снижая риск ошибок и неудач [1].

Различия между матрицами принятия решений заключаются в методах оценки альтернатив, критериях выбора и подходах к принятию решений. Каждая из них имеет свои преимущества и недостатки, и выбор конкретной матрицы зависит от поставленной задачи и предпочтений лица, принимающего решение.

Матрица Эйзенхауэра — это инструмент, который помогает оценить задачи по двум основным критериям: их срочности и важности. Задачи располагаются в сетке 2x2, что позволяет определить, какие из них должны быть приоритезированы в первую очередь.

Процесс создания матрицы Эйзенхауэра включает следующие шаги:

1. Сетка разделяется на 4 квадранта.
2. Срочные и важные, требующие немедленного внимания и являющиеся критически важными для достижения ваших целей.
3. Важные, но не срочные, имеющие большое значение для целей, но не требующие немедленного внимания. Возможно перенести или отложить на более поздний срок.
4. Срочные, но не важные, требующие немедленного внимания, но их вклад в достижение ваших целей ограничен. Возможно делегировать или автоматизировать.
5. Несрочные и неважные, не имеющие срочности и не вносящие вклад в достижение ваших целей. Возможно избежать или отложить.

Каждая задача оценивается по двум критериям - срочности и важности. Чем выше рейтинг на этих критериях, тем более приоритетной является задача. На основе заполненной матрицы определяется, над какими задачами необходимо сконцентрировать усилия в первую очередь, а какие можно отложить или делегировать. Матрица Эйзенхауэра помогает эффективно управлять временем и ресурсами, позволяя сосредоточиться на наиболее важных и срочных задачах. Этот инструмент особенно полезен для управления проектами и планирования повседневных задач [2].

	СРОЧНО	НЕСРОЧНО
ВАЖНО	СДЕЛАТЬ	ЗАПЛАНИРОВАТЬ
НЕВАЖНО	ДЕЛЕГИРОВАТЬ	УДАЛИТЬ

Рис. 1. Матрица Эйзенхауэра

Помимо матрицы Эйзенхауэра, существуют и другие инструменты для анализа и принятия решений, такие как карта анализа стейкхолдеров и диаграмма RACI, а также командный мозговой штурм. Каждый из них имеет свои уникальные преимущества и может быть эффективно использован в различных ситуациях для оптимизации процесса принятия решений и достижения поставленных целей.

	Павел (старший программист)	Даниил (младший программист)	Анна (менеджер по работе с обратной связью)	Александр (руководитель команды)
Работа с обратной связью	C	I	R	A
Составление отчета по багам	A	R	I	C
Тестирование	R	C	I	A
Подготовка к релизу	A	I	C	R

Рис. 2. Матрица R.A.C.I

Матрица "PIB" (P.I.V.) — это инструмент для приоритизации задач и принятия решений, основанный на трех основных критериях: "Важность" (Priority), "Влияние" (Impact) и "Возможность" (Visibility). Вот как она работает:

Важность (Priority): Этот критерий оценивает, насколько важной является задача для достижения ваших целей и целей вашего проекта. Выставляется оценка от 1 до 10, где 1 - наименее важно, а 10 - наиболее важно.

Влияние (Impact): оценивается потенциальное воздействие выполнения задачи на ваш проект или бизнес. Это может включать в себя оценку ожидаемого улучшения процессов, увеличения прибыли или улучшения качества продукта. Опять же, оценка производится от 1 до 10, где 1 - минимальное влияние, а 10 - максимальное влияние.

Возможность (Visibility): оценивает степень видимости задачи или ее результатов для заинтересованных сторон, таких как команда проекта, руководство, клиенты и т. д. Чем выше оценка, тем более видима и понятна задача. Опять же, шкала от 1 до 10, где 1 - минимальная видимость, а 10 - максимальная видимость.

После того как каждая задача оценена по этим критериям, их сумма может использоваться для ранжирования и приоритизации задач. Обычно это вычисляется как сумма оценок по каждому критерию, что позволяет сравнивать задачи между собой и решать, над какими из них стоит сконцентрироваться в первую очередь [3].

Чтобы создать матрицу принятия решений, вам нужно выполнить следующие шаги:

1. Определить все возможные варианты, из которых можно сделать выбор. (Определите несколько сфер бизнеса, которые вам интересны.)
2. Определить ключевые критерии, которые необходимо учитывать для принятия оптимального решения. (Стоимость, местоположение, наличие знаний и ресурсов)
3. Создать сетку, на которой будут размещены критерии для анализа и сравнения. (Вы можете создать таблицу в любом доступном инструменте)
4. Заполнить матрицу решений в соответствии с заданными критериями. Для оценки каждого варианта используйте шкалу от 1 до 5, где 1 означает худший вариант, а 5 - лучший [4].

Автор статьи рассмотрел бизнес-процессы стартапов и особенности их цифровизации. Для принятия решения о цифровизации бизнес-процессов были составлены матрицы, представленные ниже. Эти матрицы позволят стартапам внедрить автоматизацию своевременно и без ущерба для темпов роста.

Матрица принятия решений для выбора инструментов цифровизации включает в себя следующие критерии:

- **Срочность:** Оценка срочности перевода процесса в цифровую форму.

- Важность: Значимость данного процесса для эффективного функционирования организации.
- Сложность: Сложность внедрения цифровой системы в конкретный процесс.
- Интеграция: Возможность интеграции выбранной системы с другими существующими системами и инструментами.
- Бюджет: Финансовые затраты на внедрение и поддержание цифровой системы.

Процесс / Критерий	Срочность	Важность	Сложность	Интеграция	Бюджет
Учет и финансы	4	5	3	4	3
Управление проектами	3	4	4	5	4
Маркетинговые исследования	5	4	3	4	3
Обработка заказов	4	5	4	3	4
Клиентский сервис	3	5	3	4	3

Рис. 3. Матрица принятия решений для выбора инструментов цифровизации

Этот пример матрицы позволяет оценить каждый процесс по различным критериям и принять обоснованное решение о том, цифровизировать его или нет, а также выбрать подходящую систему для этой цели.

Матрица выбора конкретной системы для цифровизации процессов включает в себя следующие критерии:

- Функциональность: Оценка того, насколько хорошо система соответствует потребностям вашего процесса.
- Легкость использования: Удобство и интуитивность интерфейса системы для пользователей.
- Интеграция: Возможность интеграции выбранной системы с другими существующими системами и инструментами.
- Цена: Финансовые затраты на внедрение и поддержку системы.
- Поддержка: Уровень технической поддержки и обслуживания со стороны поставщика системы.

Система / Критерий	Функциональность	Легкость использования	Интеграция	Цена	Поддержка
Система А	4	3	4	3	4
Система В	5	4	3	4	3
Система С	3	5	5	5	4
Система D	4	4	4	3	5

Рис. 4. Матрица принятия решений для выбора системы

Исходя из представленных критериев, данная матрица принятия решений для выбора инструментов цифровизации представляет собой весьма полезный инструмент для стартапов, стремящихся к современной цифровой трансформации.

Срочность оценки позволяет определить, насколько неотложным является перевод определенного процесса в цифровую форму. Важность критерия выявляет значимость данного процесса для эффективного функционирования организации, что помогает приоритизировать процессы. Сложность внедрения цифровой системы в конкретный процесс дает понимание о том, какие усилия и ресурсы потребуются для успешного внедрения. Интеграция существующих систем и инструментов также играет важную роль, учитывая необходимость согласования новой цифровой системы с уже используемыми решениями. Наконец, бюджетные затраты на внедрение и поддержание цифровой системы являются ключевым аспектом для принятия решений.

Этот подход позволит стартапам оценить каждый процесс с точки зрения различных критериев и принять обоснованное решение о том, следует ли цифровизировать данный процесс. Более того, он помогает выбрать наиболее подходящую систему для цифровизации с учетом специфики каждого процесса и возможностей компании.

Матрица принятия решений для цифровизации стартапа.

Матрица основана на двух критериях:

- Срочность (С): Оценка насколько срочно необходимо цифровизировать данный процесс для стартапа. Чем выше оценка, тем более срочной является цифровизация.
- Важность (В): Значимость данного процесса для успеха и развития стартапа. Чем выше оценка, тем более важной является цифровизация данного процесса.

Процесс / Критерий	Срочность (С)	Важность (В)
Учет и финансы	5	5
Управление проектами	4	4
Маркетинговые исследования	5	4
Обработка заказов	4	5
Клиентский сервис	3	5

Рис. 5. Матрица принятия решений для цифровизации стартапов

Матрица позволяет оценить каждый процесс в стартапе с точки зрения срочности и важности его цифровизации. Заполнив матрицу, возможно определить, каким процессам необходимо уделить первоочередное внимание для цифровизации [5,6].

Созданные матрицы позволят любому стартапу принять решение об оцифровке процессов и выборе инструментов (систем) для автоматизации. Визуальное представление бизнес-процессов и численная оценка по критериям позволят стартапам принять первоначальные решения о том, какие процессы нуждаются в подготовке и не требуют срочной автоматизации, а какие следует автоматизировать с самого начала.

Список источников

1. Мазурук М. Р. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ //Редакционная коллегия. – 2023. – С. 329.

2. Комарова С. Н., Илясова Е. П., Ишина В. Д. ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ //Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы. – 2023. – С. 103–106.
3. Сотников А. В. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ С УЧЕТОМ РИСКА И SWOT-АНАЛИЗА. – 2023.
4. Демидовский А. В. Сравнительный анализ методов многокритериального принятия решений: ELECTRE, TOPSIS и ML-LDM //Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям. – Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет ЛЭТИ им. ВИ Ульянова (Ленина), 2020. – Т. 1. – С. 234–237.
5. Пронин П. С. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ И РОССИЙСКИЕ СТАРТАПЫ //Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – №. 3–2 (109). – С. 66–69.
6. Бердиев В., Бердиев А., Тойлыев Ш. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ИННОВАЦИИ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ: ТЕКУЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ //Вестник науки. – 2024. – Т. 2. – №. 4 (73). – С. 24–27.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ДИНАМИКИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОПОРЦИЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА КАЗАХСТАНА

КИМ КСЕНИЯ АНДРЕЕВНА,
ЧУРИЛОВА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА

студенты

КарУК «Карагандинский университет Казпотребсоюза»

Научный руководитель: Юртаева Татьяна Михайловна

Доцент кафедры «Экономики и предпринимательства»

КарУК «Карагандинский университет Казпотребсоюза»

г. Караганда, Республика Казахстан

Аннотация: в данной статье исследуется влияние динамики макроэкономических показателей на изменение доходной части государственного бюджета Республики Казахстан. Используются методы статистического анализа, выявлены причины повышения и снижения макроэкономических пропорций. А также предложены рекомендации по улучшению управления доходной частью государственного бюджета Республики Казахстан.

Ключевые слова: государственный бюджет, доходы, расходы, ВВП, ВНД.

THE INFLUENCE OF THE DYNAMICS OF MACROECONOMIC PROPORTIONS ON THE CHANGE IN THE REVENUE SIDE OF THE STATE BUDGET OF KAZAKHSTAN

Kim Kseniya Andreevna,
Churilova Anastasiya Vladimirovna

Scientific supervisor: Yurtayeva Tatyana Mikhailovna

Abstract: This article examines the impact of the dynamics of macroeconomic indicators on the change in the revenue side of the state budget of the Republic of Kazakhstan. Statistical analysis methods are used, the reasons for the increase and decrease in macroeconomic proportions are revealed. Recommendations on improving the management of the revenue side of the state budget of the Republic of Kazakhstan are also proposed.

Key words: state budget, revenues, expenditures, GDP, GNI.

Государственный бюджет занимает важное место в финансовой системе государства. Государственный бюджет - это денежный фонд, который используется правительством для финансирования своей деятельности, и с его помощью государство влияет на экономические процессы.

Государственный бюджет состоит из двух частей, которые дополняют друг друга, это доходная и расходная части. Доходная часть бюджета показывает откуда поступают средства на финансирование деятельности государства и какие слои общества отчисляют больше из своих доходов. Структура доходов является непостоянной и зависит она от определенных экономических условий развития страны. Любые изменения структуры бюджетных доходов будет отражать и изменения в экономических процессах. В данной статье мы исследовали доходную часть государственного бюджета Республики Казахстан с 2017 года по 2022 год. Основу бюджета составляет Валовый Внутренний Продукт (ВВП, который является важнейшим показателем экономики страны. (табл. 1)

Система национальных счетов (СНС) дает обзор экономических процессов, фиксируя, как продукция распределяется между потребителями, предприятиями, государствами. Она показывает, как доход, возникающий в производстве, модифицированный налогами и трансфертами, поступает в эти группы и как они распределяют эти потоки на потребление, сбережения и инвестиции. Следовательно, Национальные счета являются одним из строительных блоков макроэкономической статистики, формирующих основу для экономического анализа и разработки экономической политики. СНС предназначена для использования всеми странами, поскольку она была разработана с учетом потребностей стран, находящихся на различных этапах экономического развития. Он также обеспечивает всеобъемлющую основу для стандартов в других областях экономической статистики, облегчая интеграцию этих статистических систем для достижения согласованности с национальными счетами.

Таблица 1

ВВП всего мира, млрд долл.

Год	ВВП, млрд. \$	Абсолютный прирост, млрд \$	Темп роста, %	Темп прироста, %
2018	79 022,14	-	-	-
2019	80716,2	1 694,06	102,1438	2,1438
2020	85689,96	4 973,76	106,1620	6,1620
2021	87552,44	1 862,48	102,1735	2,1735
2022	83844,99	-3 707,45	95,7655	-4,2345

В таблице №1 представлена подтвержденная оценка размера ВВП по миру по номинальному (абсолютному) значению, выраженному в долларах США в текущих ценах (без поправки на инфляцию). Можно заметить, что в 2022 году значения ВВП снизились. На перспективы мировой экономики оказал серьезное влияние газовый кризис в Европе, высокий уровень инфляции и резкое ускорение темпов ужесточения денежно-кредитной политики в мире. За предыдущие годы наблюдалась тенденция к повышению показателей.

Для оценки современного состояния макроэкономических показателей СНС в Казахстане рассмотрим следующую таблицу 2.

По данным в таблицы №2 можно сделать выводы: в общем, «В условиях проинфляционного давления, сложившегося под влиянием пандемии COVID-19 и последовавшего дисбаланса на продовольственных рынках, нарушения цепочек поставок, удорожания сырья и транспортных расходов, в течение 2021 года денежно-кредитная политика ужесточалась. Несмотря на некоторое ухудшение риск-профиля для экономики Казахстана, были и позитивные события. Одним из них стало существенное повышение цен на экспортируемую продукцию, а именно на сырую нефть, металлы и пшеницу. Помимо этого, темпы роста экономик торговых партнеров Казахстана, несмотря на пандемию COVID-19 и прочие риски, оказались достаточно высокими, что позитивно сказалось на экспорте страны.» [1]

Таблица 2

ВВП Казахстана с 2017 – 2022 г., млрд. долл.

Год	ВВП, млрд. долл.	Абсолютный прирост, млрд. долл.	Коэффициент роста ВВП, млрд. долл.	Коэффициент прироста ВВП, млрд. долл.	ВНД, млрд. долл.	Абсолютный прирост, млрд. долл.	Коэффициент роста ВНД, млрд. долл.	Коэффициент прироста ВНД, млрд. долл.
2017	166,81	-	-	-	399,7	-	-	-
2018	179,34	12,53	1,08	0,08	419,3	19,6	1,05	0,05
2019	181,67	2,33	1,01	0,01	445	25,7	1,06	0,06
2020	171,08	-10,59	0,94	-0,06	458,1	13,1	1,03	0,03
2021	197,11	26,03	1,15	0,15	480,3	22,2	1,05	0,05
2022	220,62	23,51	1,12	0,12	531,4	51,1	1,11	0,11

В таблице 3 рассмотрен абсолютный прирост государственного бюджета Республики Казахстан доходной части и расходной.

Таблица 3

Доходы и расходы бюджета Казахстана с 2017 – 2022 г., млрд. тг.

Год	Доходы, млрд. тенге	Абсолютный прирост, млрд. тенге	Коэффициент роста доходов, млрд. тенге	Коэффициент прироста доходов, млрд. тенге	Расходы, млрд. тенге	Абсолютный прирост расходов, млрд. тенге	Коэффициент роста расходов, млрд. тенге	Коэффициент прироста расходов, млрд. тенге
2017	10779,2	-	-	-	13098,735	-	-	-
2018	13245,573	2466,373	1,23	0,23	11650,898	-1447,837	0,89	-0,11
2019	13683,286	437,713	1,03	0,03	14079,304	2428,406	1,21	0,21
2020	12369,991	-1313,295	0,90	-0,10	17341,504	3262,2	1,23	0,23
2021	14358,747	1988,756	1,16	0,16	18527,826	1186,322	1,07	0,07
2022	22629,852	8271,105	1,58	0,58	22535,387	4007,561	1,22	0,22

По этим данным видно стабильный рост доходов бюджета Республики Казахстан. В 2022 году заметен скачок показателей на 8271 млрд тенге, это значительно больше по сравнению с предыдущими годами. На небольшое понижение показателей доходов в 2020 году повлияла пандемия Covid-19, после этого цифры вновь продолжили увеличиваться. Расходы бюджета РК также повышаются, за исключением 2018 года, тогда расходы были меньше на 1447,8 млрд тенге по сравнению с 2017 годом. В 2022 году также произошел скачок показателей, как и в ситуации с доходами.

При расчете показателей использовались следующие формулы:

— «Абсолютный прирост (цепной) – это разница между каждым последующим уровнем и предыдущим.» [2]

— Коэффициент роста (цепной) – это отношение темпа роста каждого текущего уровня к предыдущему.

— Коэффициент прироста (цепной) = Коэффициент роста – 1

— Темп роста (цепной, %) = показатель текущего уровня/показатель предыдущего уровня * 100%

— Темп прироста (цепной, %) = Темп роста – 100%

«Доходы государственного бюджета зависят от размера валового выпуска товаров и услуг и соотношения между макроэкономическими показателями: ВВП (валовой внутренний продукт) и ВВ (валовой выпуск), ВНП (валовой национальный доход) и ВВП, ДГБ и ВВП. Данная зависимость представлена в формуле многофакторной модели.» [3] Многофакторная модель – это статистическая модель, которая используется для исследования зависимости одной (зависимой) переменной от нескольких (независимых) переменных. (табл. 4)

$$\text{ДГБ} = \text{ВВ} * \text{ВВП/ВВ} * \text{ВНП/ВВП} * \text{ДГБ/ВНП}$$

Таблица 4

Многофакторная модель доходов государственного бюджета Республики Казахстан

Год	ВВ, трлн. Тг	ВВП, трлн. Тг	ВНП, трлн. Тг	ДГБ, трлн. Тг	ВВП/ВВ, трлн. Тг	ВНП/ВВП, трлн. Тг	ДГБ/ВНП, трлн. Тг
2017	95,4189	54,3789	51,9668	11,60	0,5699	0,9556	0,2232
2018	102,7534	61,8195	59,6137	10,80	0,6016	0,9643	0,1812
2019	111,6741	69,5326	69,5326	12,80	0,6226	1,0000	0,1841
2020	109,6948	70,6490	70,7141	14,50	0,6441	1,0009	0,2051
2021	141,0922	83,9516	83,9516	15,80	0,5950	1,0000	0,1882
2022	170,9267	103,7655	102,8918	20,20	0,6071	0,9916	0,1963

	ДГБ факт	ДГБ расчет
2017	11,60	11,6
2018	10,80	10,8
2019	12,80	12,8
2020	14,50	14,5
2021	15,80	15,8
2022	20,20	20,2

Для определения, какой из показателей многофакторной модели больше всего влияет на изменение ДГБ, произведем расчеты.

Возьмем показатели 2022 (y_1 – отчетный период) и 2021 года (y_0 – базисный период)

$$\text{ДГБ} = \text{ВВ} * \text{ВВП/ВВ} * \text{ВНП/ВВП} * \text{ДГБ/ВНП},$$

$$\text{Где ДГБ} = y, \text{ ВВ} = a, \text{ ВВП/ВВ} = b, \text{ ВНП/ВВП} = c, \text{ ДГБ/ВНП} = d, \text{ где}$$

b - доля валового внутреннего продукта в валовом выпуске товаров и услуг.

c – коэффициент соотношения валового национального продукта к ВВП.

d – коэффициент соотношения доходов государственного бюджета к валовому национальному продукту.

Общее абсолютное изменение доходов государственного бюджета (Δy):

$$\Delta y = y_1 - y_0 = 4.4$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * c_1 * d_1 = 15.80 - \text{ДГБ в отчетном периоде.}$$

$$y_0 = a_0 * b_0 * c_0 * d_0 = 11.40 - \text{ДГБ в базисном периоде.}$$

В том числе абсолютное изменение доходов государственного бюджета определяется за счет влияния следующих факторов:

1) Изменение валового выпуска товаров и услуг $\Delta y(a)$

$$\Delta y(a) = a_1 b_0 c_0 d_0 - a_0 b_0 c_0 d_0 = (a_1 - a_0) * b_0 c_0 d_0 = 3.3408$$

2) Изменение доли валового внутреннего продукта в валовом выпуске товаров и услуг $\Delta y(b)$:

$$\Delta y(b) = a_1 b_1 c_0 d_0 - a_1 b_0 c_0 d_0 = (b_1 - b_0) * a_1 c_0 d_0 = 0.3892$$

3) Изменение коэффициента соотношения валового национального продукта к ВВП $\Delta y(c)$:

$$\Delta y(c) = a_1 b_1 c_1 d_0 - a_1 b_1 c_0 d_0 = (c_1 - c_0) * a_1 b_1 d_0 = - 0.1640$$

4) Изменение коэффициента соотношения доходов государственного бюджета к валовому национальному продукту $\Delta y(d)$

$$\Delta y(d) = a_1 b_1 c_1 d_1 - a_1 b_1 c_1 d_0 = (d_1 - d_0) * a_1 b_1 c_1 = 0.8334$$

Проверка взаимосвязей приростов:

$$\Delta y = \Delta y(a) + \Delta y(b) + \Delta y(c) + \Delta y(d) = 4.3394 = 4.4$$

Таким образом, в результате исследования было установлено, что наиболее значительное влияние на доходную часть государственного бюджета оказывают мировые проблемы, а также изменение уровня инфляции, рост ВВП. Для устранения проблем, улучшения управления доходной части государственного бюджета страны можно предложить следующие рекомендации: совершенствование налоговой системы, повышение эффективности государственных расходов, развитие диверсификации экономики, улучшение инвестиционного климата, повышение уровня жизни населения.

Список источников

1. Годовой отчет за 2021 год // Национальный Банк Казахстана – 2021//91307
2. С78 Статистика [Текст] : уч. пособие / В.Я. Крохалев, С.А. Скопинов, В.А.Телешев; ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России. — Екатеринбург: Изд-во УГМУ, 2018 — 114 с.
3. Юртаева Т.М. Статистика, учеб. пособие. Караганда, Казахстан//2015.

УДК 330.322

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

КУДРЯВЦЕВА ВЕРОНИКА ГЕННАДЬЕВНА,
КУЗНЕЦОВА ЯНА ВЛАДИМИРОВНА

студенты
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Научный руководитель: Романченко Ольга Викторовна
к.т.н., доцент
РЭУ им Г. В. Плеханова

Аннотация: в статье описана проблематика низкой инвестиционной привлекательности российской экономики с разных ракурсов. Анализируются актуальные проблемы создания привлекательного инвестиционного климата, исследуются подходы к его достижению. Описывается необходимость принятия мер со стороны государства.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, проблемы экономики, привлечение инвестиций.

MODERN PROBLEMS OF INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE RUSSIAN ECONOMY

Kudryavtseva Veronika Gennadievna,
Kuznetsova Yana Vladimirovna

Scientific adviser: Romanchenko Olga Viktorovna

Abstract: the article describes the problems of low investment attractiveness of the Russian economy from different angles. The current problems of creating an attractive investment climate are analyzed, and approaches to achieving it are explored. The necessity of taking measures on the part of the state is described.

Key words: investment attractiveness, economic problems, attracting investments.

Инвестиционный климат играет решающую роль в формировании общего экономического ландшафта страны.

Для экономики двадцать первого века в России одной из наиболее важных задач выступает формирование благоприятной инвестиционной среды, а именно для реализации программы Президента России, которая направлена на улучшение такого показателя, как уровень жизни населения, и не можем не отметить решение проблем из-за «санкционной войны», которая стимулирует развиваться технологически, например, внедрение инноваций, которые должны быть универсальными и релевантными для всех секторов и сфер национальной экономики. Такие аспекты невозможно реализовать, если не привлечь инвестиции, при этом не только внутренние, но и иностранные, в экономическую систему государства через разнообразные каналы и ресурсы. Привлекательность текущей экономиче-

ской сферы для потенциальных инвесторов формируется за счет уникальных собственных специфик инвестиционных климатов разных государств, в том числе и Российской Федерации. В нашей стране на многие важные показатели, например, объем привлекаемого капитала, уровень инновационных разработок, развитие основных фондов развития, уровень жизни населения, экономический рост всего государства, прямо пропорционально и первостепенно влияет как раз качество инвестиционного климата. Отметим, что в мире происходят глобальные ситуации, которые вызывают сильные изменения, затрагивающие множество аспектов каждой страны, поэтому проявляются разные по степени факторы, мешающие корректно оценить инвестиционный климат Российской Федерации [1, с. 29].

Сейчас важную роль в формировании инвестиционной политики России играют различные институты развития, среди которых выделяются [2, с. 245]:

1. **Финансовые институты:** к примеру, финансовые агентства (Агентство по страхованию вкладов, Агентство по ипотечному жилищному кредитованию, Экспортное агентство страхования России), банки (Внешэкономбанк, Россельхозбанк), также финансовые фонды (Российский фонд прямых инвестиций, Инвестиционный фонд РФ).

2. **Инновационные институты:** в основном это инновационные фонды (Российский инвестиционный фонд информационно-коммуникационных технологий, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Фонд «Сколково» и Фонд «ВЭБ Инновации»), а помимо этого выделим инновационные компании (РОСНАНО, Российская венчурная компания).

3. **Также существуют научные фонды,** как отдельная категория. Это фонды, которые связаны с созданием научно-исследовательской базы развития инновационной деятельности. К примерам относятся: Российский научный фонд, Российский фонд фундаментальных исследований, Российский гуманитарный научный фонд и Фонд перспективных исследований.

Все вышеперечисленные организации вносят свой незаменимый вклад в поднятие инвестиционной привлекательности России. Однако для роста такого показателя выявляются и негативные факторы, выступающие в роли препятствий для благоприятных условий. О слабых сторонах мы уже упоминали ранее. Рассмотрим, что к ним относится. Во-первых, характер и качество институтов развития, а именно сейчас они работают обособлено и несогласованно, также их функции могут быть схожими или вовсе повторяться. Во-вторых, существует ряд критериев для институтов развития (например, размер или качественные характеристики), однако такой перечень не используется, и на практике можно заметить, что, например, инвестиционные проекты по строительству и усовершенствованию производства не придерживаются их совсем. В-третьих, сфера государственных гарантий, а именно для малого бизнеса, поскольку государственные гарантии по большей части предоставляются существующим компаниям. А проектов малого бизнеса они не затрагиваются, то есть существуют компании, например, задача проектов которых состоит в строительстве заводов, а их основной целью выступает рост размеров и качества бизнеса, другими словами, переход с сферу среднего бизнеса и дальнейшее развитие, и такие организации страдают от невозможности получить государственные гарантии, что приводит к проблемам, особенно в секторах логистики и финансирования [3, с. 86].

Что касается официальной статистики выдачи государственных гарантий, то согласно этой статистики за период январь – июнь 2023 г. свыше 215,1 млрд рублей были предоставлены для малого и среднего бизнеса под поручительства, которые выдаются региональными гарантийными организациями (РГО). В предыдущий год аналогичный показатель составил 98,7 млрд рублей [2, с. 201]. И, действительно, после наложения огромного количества санкций на Россию, ухода зарубежных компаний с Российского рынка, государство начало вести активную политику поддержки собственного производства, сельского хозяйства и других отраслей экономики. Но при этом множество компаний, относящихся к малому бизнесу, остаются в тени. Статистика показывает нам рост выдачи государственных гарантий и льготных кредитов для МСП, однако, статистика не показывает, сколько компаний остаются незамеченными и оказываются в ситуации, вынуждающей их уйти с рынка. Данная проблема актуальна не только для прямого развития экономики страны, но и также для повышения инвестиционной привлекательности нашей страны, что и является темой нашей работы.

Также, стоит отметить, что на инвестиционную привлекательность России оказывают значительное влияние не только субъекты малого и среднего предпринимательства, но и крупные компании. Главным сектором бизнеса, который привлекает больше всего инвестиций с давних пор, является строительство. Поэтому мы рассмотрим ситуацию, сложившуюся в данном секторе за последние несколько лет.

Подводя конечные результаты в 2022 году, общий объём инвестиций в недвижимость Российской Федерации составил 375 млрд рублей. Этот параметр по сравнению с 2021 годом снизился на 8 %, а по сравнению с 2023 годом повысился в 1,5 раза, то есть составил **833 млрд руб., а также** считается максимально высоким значением за всю историю наблюдений за рынком [2, с. 202]. То есть, во время пика возложения санкций на нашу страну весной 2022 года ситуация на рынке инвестиций в недвижимость ухудшилось, однако на данный момент рынок восстановился и проблемы остались только у отдельного ряда компаний, которые связаны с личными итогами их деятельности, а не с общей ситуацией в стране. Явным примером является ГК ПИК, который является самой крупной строительной компанией в России, однако имеет негативную динамику инвестиций и стоимости акций. Так, одним из главных инвесторов ГК ПИК является банк ПАО ВТБ, который в 2023 году вышел из группы акционеров, в связи с негативной ситуацией, происходящей с финансовым состоянием ГК ПИК [3, с. 54].

То есть, как можно заметить, финансовое состояние конкретных компаний и конкретных отраслей, а также экономическая ситуация как в стране, так и в мире имеют сильное воздействие на отток инвестиций.

Исходя из всего вышесказанного можно выявить перечень проблем и факторов, которые выступают в роли барьеров для поднятия инвестиционной привлекательности нашей страны. В основном можно выделить следующие [1, с. 15]:

1. Внешнеполитическая ситуация. Для России она выражается в виде множества санкций, неустойчивой позиции на международной арене, отрицательного мнения ко всему, что связано со страной (например, филиалы компаний в других странах), уходу иностранных инвесторов с отечественного рынка;

2. Недостаточная поддержка малого бизнеса, которая приводит к невозможности выхода на масштабный Российский рынок, а, следовательно, невозможности привлечения инвестиций;

3. Финансовое состояние отдельных организаций, которое из-за различных факторов, в том числе из-за санкций, ухудшается и не привлекает российских и иностранных инвесторов.

Исходя из этих проблем государство должно разрабатывать эффективную политику, целью которой является повышение инвестиционной привлекательности России.

В нынешний момент существует мнение, что законодательство РФ по отношению к зарубежным инвесторам в большинстве критериев уступает практике многих развитых государств и не соответствует мировой тенденции, которая стремится к либерализации режима по привлечению инвестиций. Для повышения степени качества и в целом формирования инвестиционной привлекательной законодательной базы необходимо рассмотреть и реализовать определенную систему действий, основными из которых можно выделить [2, с. 197]:

- реформирование процесса выдачи государственных гарантий для иностранных инвесторов, а именно неотъемлемое требование в предоставлении полной гарантии от перемен обстоятельств хозяйственной деятельности на протяжении всех стадий процесса реализации инвестиционного проекта;

- осуществление конкретного разделения отношений и областей влияния между органами государственной власти РФ и субъектов РФ;

- формирование иерархичной совокупности правил для корректного управления гарантиям и льготам с обязательным разделением на уровни в зависимости от уровня органов;

- формирование соразмерных обязательств для отечественных и зарубежных инвесторов.

Особое внимание на содержание этих требований, а именно учитывать понимание возможности возникновения неоднородных условий для иностранных инвесторов на рынке из-за неблагоприятного и нетранспарентного государственного режима хозяйственной деятельности;

— совершенствование законодательства РФ к требованиям международных инвестиционных и торговых организаций.

Необходимо отметить важный фактор: привлечение иностранных инвестиций требуется развивающимся странам, при этом правительство государства, его законы и установленные системы, и порядки должны формировать и поддерживать соответствующие условия. Только в таком случае есть возможность восстановления экономики, а также скорейшего окончания кризиса.

Список источников

1. Аскинадзи, В. М. Инвестиции : учебник для вузов / В. М. Аскинадзи, В. Ф. Максимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17743-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535845> (дата обращения: 22.02.2024). — 30 с.;
2. Борисова, О. В. Инвестиции : учебник и практикум для вузов / О. В. Борисова, Н. И. Малых, Л. В. Овешникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 482 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17337-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542657> (дата обращения: 22.02.2024). — 297 с.;
3. Финансы устойчивого развития Алтухова Е.В., Алиев А.А.О., Асяева Э.А., Батуева И.А., Бондаренко Т.Г., Гордиенко М.С., Грызунова Н.В., Жданова О.А., Зацарная Н.А., Иванова Я.Я., Лещинская А.Ф., Марков М.А., Ордов К.В., Романченко О.В., Сокольникова И.В., Фошкин А.Е., Хоминич И.П., Чуйкова Н.М., Челухина Н.Ф., Шувалова Е.Б. и др. В 2 книгах / Том Книга I. Москва, 2023.

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 336

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ И ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

МИТРОФАНОВ ДАНИЛ ВИКТОРОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Аннотация: Цифровая трансформация (диджитализация) финансовой и банковской отрасли ведет к глубокому изменению моделей взаимодействия участников финансового рынка. В статье были рассмотрены основные направления и изменения, которые вводятся, интегрируются благодаря процессам цифровизации и те нововведения, которые уже активно применяются банками, а также основные преимущества, которые оказывает цифровизация на банковский и финансовый сектор услуг

Ключевые слова: цифровизация, блокчейн, алгоритм, конкуренция, цифровая экономика, цифровая трансформация.

DIGITAL TRANSFORMATION IN BANKING AND FINANCIAL SERVICES

Mitrofanov Danil Viktorovich

Abstract: The digital transformation (digitalization) of the financial and banking industry leads to a profound change in the models of interaction between financial market participants. The article considered the main directions and changes that are being introduced and integrated through digitalization processes and those innovations that are already actively used by banks, as well as the main advantages that digitalization has on the banking and financial services sector

Key words: digitalization, blockchain, algorithm, competition, digital economy, digital transformation.

Цифровая трансформация меняет методы работы предприятий и взаимодействия с клиентами. В различных отраслях компании внедряют новые технологии для стимулирования инноваций и повышения качества обслуживания клиентов.

Например, сектор розничной торговли охватил онлайн-магазины и мобильную коммерцию, интегрируя такие технологии, как искусственный интеллект и Big Data для обеспечения персонализированных покупок и оптимизации цепочек поставок. Отрасль здравоохранения также претерпела значительные изменения благодаря широкому использованию электронных медицинских карт, телемедицины и носимых устройств, что позволяет поставщикам медицинских услуг предлагать более доступный и персонализированный уход за пациентами. Тем временем транспортная отрасль была разрушена компаниями, предоставляющими услуги совместного использования поездок, а рост популярности электромобилей привел к появлению новых бизнес-моделей и технологий, таких как замена аккумуляторов и интеграция транспортного средства в сеть [1].

Таким образом, цифровая трансформация позволяет предприятиям создавать все больше и больше новых возможностей, повышать эффективность и улучшать качество обслуживания клиентов. По мере развития технологий и изменения ожиданий клиентов мы можем наблюдать дальнейшую цифровую трансформацию в других отраслях, таких как финансовая.

Финансовая отрасль также переживает глубокие преобразования из-за перехода к цифровым технологиям. Новые технологии, такие как блокчейн, смарт-контракты и другие, проложили путь к передовым финансовым решениям, которые меняют статус-кво. Эти инновационные решения обеспечи-

вают уровень эффективности, безопасности и удобства, не имеющий аналогов в традиционных банковских системах.

Трансформация финансовой отрасли началась с появления альтернативных финансовых решений, таких как централизованные и децентрализованные криптобиржи, торговые площадки NFT и многие другие. Затем традиционные финансовые учреждения увидели весь потенциал и высокий спрос на эти новые технологии и получили все необходимое для их внедрения, чтобы оставаться конкурентоспособными [2].

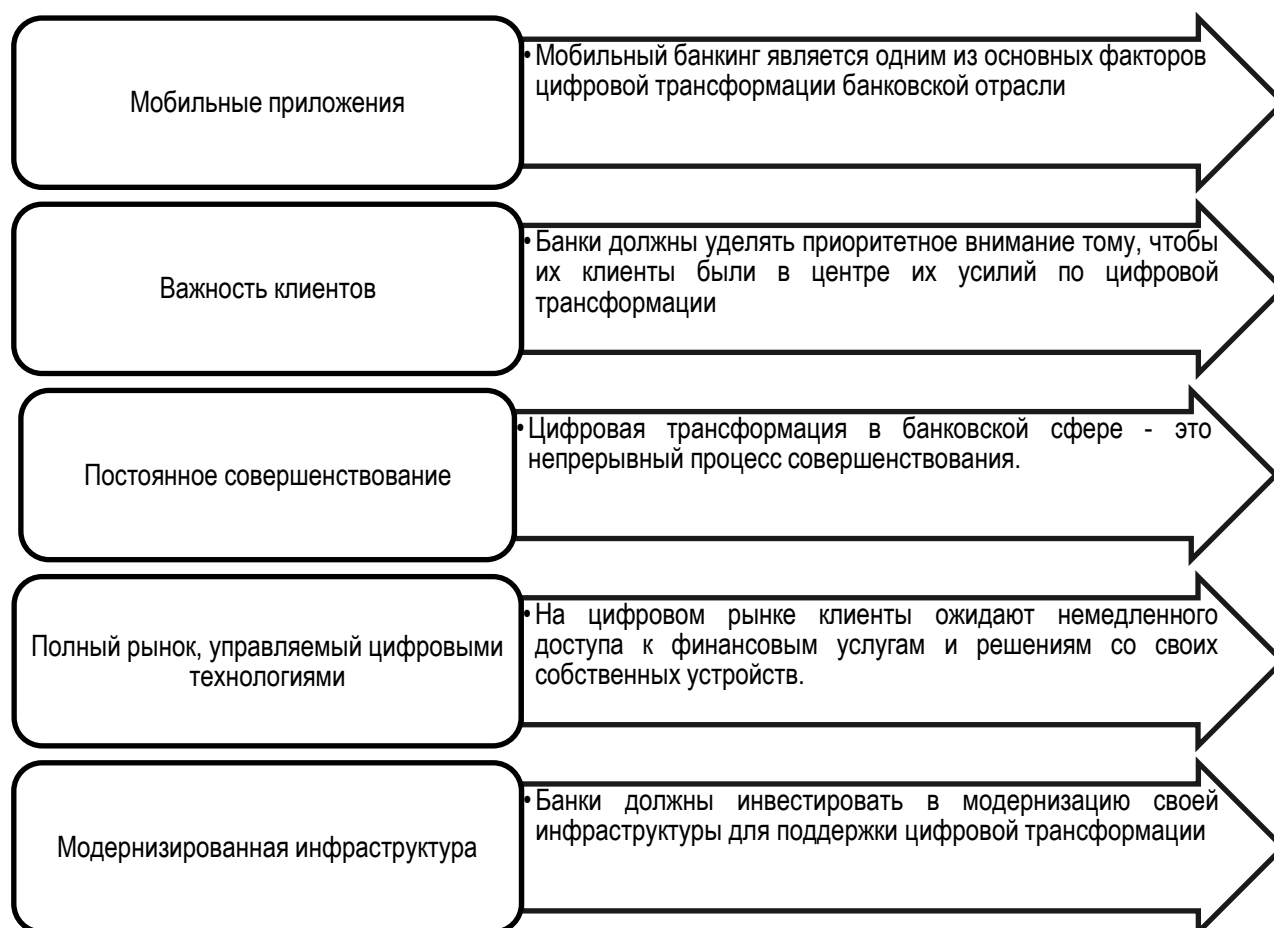


Рис. 1. Ключевые факторы цифровой трансформации

В сегодняшнем быстро развивающемся цифровом мире традиционные финансовые учреждения должны совершенствовать свои системы, чтобы соответствовать требованиям клиентов и оставаться конкурентоспособными. Несмотря на огромные возможности, с внедрением новых технологий у банков могут возникать определенные проблемы. К таким проблемам относятся:

- 1) Устаревшие технологии. Технологии, используемые традиционными банковскими системами, часто нуждаются в обновлении.
- 2) Вопросы безопасности и конфиденциальности. Безопасность и конфиденциальность финансовой информации и транзакций клиентов имеют первостепенное значение.
- 3) Отсутствие доступности и удобства. Традиционные банковские системы часто сталкиваются с трудностями из-за их ограниченной доступности.
- 4) Неэффективные процессы. Традиционные банковские системы часто страдают от неэффективных процессов, включая длительное ожидание, ручные процедуры и отсутствие прозрачности.[3]

Но, традиционные банки по-прежнему обладают определенными преимуществами, сталкиваясь с вызовами более продвинутых цифровых финансовых решений, которые при правильном использовании могут дать им гораздо больше преимуществ. Среди них:

1) Большая клиентская база. Традиционные банки уже имеют огромную базу пользователей, и они могут позволить себе избежать дорогостоящих и длительных операций по сбору платежей.

2) Улучшенное управление активами. Цифровая трансформация традиционного банковского дела позволяет предлагать как традиционное, так и многие другие виды управления активами с более высокой степенью безопасности и гибкости.

Банковская отрасль переживает серьезные преобразования в связи с технологическим прогрессом и изменением предпочтений клиентов. Банки должны внедрять цифровизацию и использовать новые технологии для улучшения качества обслуживания клиентов и создания ценности с помощью данных в этой новой цифровой среде. Ниже приведены некоторые из ключевых факторов этой трансформации:

Чтобы подробнее рассмотреть влияние факторов, современные банки рассматривают инновационные технологии не только как средство улучшения своих операций и услуг, но и как способ коренного изменения методов ведения бизнеса. Ниже приведены примеры, как новые технологии используются в банковской отрасли:

1) Биометрия. Биометрические технологии, такие как распознавание лиц и сканирование отпечатков пальцев, используются банками для повышения безопасности и удобства своих услуг. Банки используют биометрические данные для идентификации клиентов, снижения риска мошенничества и оптимизации процессов.

2) Мобильные и встраиваемые устройства. Мобильные устройства и встроенные технологии произвели революцию в способах взаимодействия клиентов со своими банками. Банки используют эти технологии для предоставления клиентам удобных, доступных и безопасных банковских услуг с помощью мобильных приложений, цифровых кошельков и смарт-устройств.

3) Технология блокчейн. Эта технология децентрализованного учета революционизирует способ проведения транзакций, обеспечивая их безопасность, прозрачность и защиту от несанкционированного доступа. Она устраняет посредников, снижает затраты и упрощает процессы, что кардинально меняет ситуацию в банковской отрасли.

4) Искусственный интеллект. Эти технологии используются банками для анализа больших объемов данных, автоматизации процессов и предоставления персонализированных услуг клиентам. Это помогает повысить точность и скорость выявления мошенничества, оценки кредитоспособности и обслуживания клиентов.[4]

Огромный объем ресурсов и экспертных знаний, доступных банковской отрасли, позволяет в полной мере реализовать потенциал этих технологий и стимулировать следующую волну инноваций в сфере финансовых услуг. Тенденция к цифровой трансформации в банковской отрасли будет только продолжаться, и предприятия, которые не поспевают за ней, рискуют остаться позади.

Список источников

1. Digital Transformation Trends - Global Retail Industry 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://sp.ts.fujitsu.com/dmsp/Publications/public/ps-digital-transformation-dx-report-de.pdf>. (12.05.2024)

2. Финансы и бизнес. № 3. С. 72–85. На что способен искусственный интеллект сегодня и каков его потенциал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/619766d59a79471862e77e8a> (12.05.2024).

3. Лебедева И.А. Цифровая трансформация банковского сектора России: возможности и риски для банков и их клиентов. Социальные новации и социальные науки. — 2022. — № 1. — С. 74–85 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-bankovskogo-sektora-rossii-vozmozhnosti-i-riski-dlya-bankov-i-ih-klientov> (13.05.2024)

4. Кронк, Дж. Цифровая трансформация финансовых услуг – надежное вложение в будущее [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: https://www.cisco.com/c/dam/m/ru_ru/internet-of-everything-ioe/iac/assets/pdfs/Cisco_Financial_ru.pdf (13.05.2024)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 338.2

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

БУСАРНОВА ЮЛИЯ ЕВГЕНЬЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет»

*Научный руководитель: Орловская Тамара Николаевна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет»*

Аннотация: в статье выявлены теоретические основы делопроизводства и безопасности предприятия, систематизированы и усовершенствованы методы сохранности делопроизводства для обеспечения конфиденциальности информации и обосновано влияние применения данных методов на повышение уровня безопасности предприятия.

Ключевые слова: делопроизводство, безопасность, конфиденциальность, экономическая безопасность, коммерческая тайна, электронное делопроизводство, безопасность делопроизводства.

ORGANIZATIONAL AND LEGAL REQUIREMENTS FOR ENSURING SECURITY OF PROCESSING AS A BASIS FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Busarnova Yuliya Evgenievna*Scientific adviser: Orlovskaya Tamara Nikolaevna*

Abstract: The article defines the fundamental principles of office work and enterprise security, systematized and improved methods of maintaining office work to ensure the confidentiality of information and the justified impact of the use of these methods on increasing the level of enterprise security.

Key words: office work, security, confidentiality, economic security, trade secret, electronic office work, office security.

Нормативно-правовая основа делопроизводства в РФ – это комплекс нормативно-правовых актов, документов и стандартов страны, которые на законодательном уровне устанавливают вопросы создания, обработки и дальнейшего хранения документации. Также, они регулируют работу службы документационного обеспечения управления (ДООУ) предприятий любой сферы деятельности и любой формы собственности [4, С. 54]. К наиболее значимым нормативно-правовым актам, в которых регламентирована правильность оформления документов и перечислены требования по организации делопроизводства

производства организаций, относятся:

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».

Федеральный закон содержит определение понятия «информационные ресурсы», которые представляют собой объекты отношений между государством, физическими и юридическими лицами, которые защищены на законодательном уровне наравне с другими ресурсами. ФЗ № 149 устанавливает правовой режим создания, хранения и использования информационных ресурсов, в том числе порядок документирования информации, право собственности на отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах, категории информации по уровню доступа к ней, порядок правовой защиты информации [1].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации.

Гражданский кодекс РФ в следующих статьях закрепляет работы с информацией и документацией:

– в статье 51 перечислены виды документов, которые используются каждым юридическим лицом для его создания, регистрации, реорганизации и ликвидации;

– в статье 160 законодательно закрепила письменную форму сделок, а также требования к ней;

– в статье 307 определены виды договоров для фиксации обязательств сторон;

– в статьях 420-453 представлены общие положения о договорах (об их форме, изменении, заключении и расторжении) [2].

3. Уголовный кодекс Российской Федерации.

Кодекс определил уголовную ответственность за любые действия с информацией и документами, которые являются неправомерными.

4. Закон Российской Федерации «О языках народов Российской Федерации».

5. Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров».

6. Постановление Правительства Российской Федерации «Об упорядочении изготовления, использования, хранения и уничтожения печатей и бланков с воспроизведением Государственного герба Российской Федерации».

7. Постановление Правительства Российской Федерации «Об оказании услуг почтовой связи».

В данных НПА содержатся нормы, соблюдение которых необходимо для правильного составления и оформления документации. Законодательство РФ урегулировало основные требования, исполнение которых необходимо при использовании средств связи, защите информации, придании документам юридической силы, хранении и учете документов из архивов.

Далее приведен перечень нормативных актов, которые имеют первостепенное значение при оформлении деловых документов:

1. Государственная система документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам документационного обеспечения (ГСДОУ).

Государственная система документационного обеспечения управления (ГСДОУ) – это совокупность правил и принципов, которые устанавливают единые требования к документированию управленческой деятельности и организации работы с документами в органах государственного управления, на предприятиях, в учреждениях и общественных организациях. В будущем планируется создание новой редакции ГСДОУ. Она будет представлять собой систему, состоящую из требований, положений и норм, которые регламентируют правила работы с документами организации. Главное отличие новой редакции от старой будет состоять в том, что новая редакция ГСДОУ станет единым комплексом автоматизированного документирования и документооборота с использованием новых информационных технологий [3].

2. Типовая инструкция по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти.

Инструкция представляет собой порядок подготовки и оформления управленческой документации в министерствах и ведомствах страны. В ней перечислены особенности оформления организационно-распорядительных документов, описана процедура самого документооборота [4, С. 56-60].

3. ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов.

Стандарт регламентирует состав реквизитов документов, правила их оформления с использованием информационных технологий, виды бланков, состав реквизитов бланков, расположение реквизитов в документе, образцы бланков, правила создания документов [5, С. 9].

В настоящее время в РФ не существует государственного органа, который нес бы юридическую ответственность за всю создаваемую, используемую и хранящуюся документацию. Поэтому нет и единого подхода к делопроизводству.

По некоторым вопросам работу с документами регламентируют высшие органы государственной власти. Так, например, Правительство РФ и федеральные органы исполнительной власти несут ответственность за создание и организацию документооборота в органах исполнительной власти. Их задача состоит в разработке и принятии нормативно-правовых актов. Однако, основное влияние на процесс регламентирования делопроизводства оказывают следующие ведомства и министерства:

1. Федеральное архивное агентство (Росархив).

Росархив – это федеральный орган исполнительной власти. Он находится в ведении Министерства культуры РФ и выполняет следующие функции:

– управляет государственным имуществом в сфере архивного дела и контролирует сохранность документов, входящих в Архивный фонд РФ;

– собирает и хранит документы, в которых передана духовная и материальная жизнь народов РФ;

– организует делопроизводство страны, занимается разработкой нормативных документов, регламентирующих процесс делопроизводства;

– несет ответственность за организационно-распорядительную документацию с помощью создания Унифицированной системы организационно-распорядительной документации.

2. Комитет РФ по стандартизации, метрологии и сертификации (Росстандарт).

Комитет занимается осуществлением государственного регулирования и межотраслевой координацией в вопросах стандартизации, метрологии и сертификации. Комитет обеспечивает создание и применение баз данных нормативных документов, научной терминологии, каталогизации продукции и информации в своей области.

3. Федеральная государственная служба статистики (Росстат).

Служба унифицирует документы, ведет статистический учет, контролирует представление хозяйствующими субъектами отчетности, необходимой для ведения статистики.

4. Министерство труда и социального развития (Минтруд России).

Министерство занимается разработкой документации, касающейся труда и его охраны [6, С. 76-78].

Четкая организация системы делопроизводства и документооборота – это одно из направлений защиты информации. К важнейшим составляющим делопроизводства относятся:

– документирование;

– организация и поддержание документооборота;

– строгий учет всей документации;

– хранение, проверка, контроль и уничтожение документов.

Предприятие занимается производственной деятельностью, которая направлена на получение максимальной прибыли, что может быть достигнуто с помощью уменьшения себестоимости производимой продукции или предоставляемых услуг, повышением конкурентоспособности организации. Высокий уровень конкурентоспособности организации возможен только при утаивании от предприятий-конкурентов факторов, положительно влияющих на хозяйственную деятельность предприятия. Следовательно, каждая фирма должна задуматься о мерах, направленных на защиту информации. Важнейшей задачей экономической безопасности любого предприятия является сохранение данных сведений и причисление их к конфиденциальной информации организации.

Конфиденциальность следует придавать той информации, которая способна принести значительные преимущества предприятию во время конкурентной борьбы, а завладение такой информацией

конкурентами ведет к экономическому ущербу из-за потери конкурентоспособности товаров и услуг, предлагаемых организацией [7, С. 128].

Коммерческая тайна – это такой режим конфиденциальности информации предприятия, который дает возможность ее владельцу увеличить доходы, избежать непредвиденных расходов, сохранить лидирующее положение на рынке товаров и услуг или получить иную коммерческую выгоду.

Информацией, составляющей коммерческую тайну, являются сведения разного характера, например, производственные, технические, экономические, организационные. К таким сведениям относятся результаты интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, информацию о способах осуществления профессиональной деятельности. Такая информация имеет коммерческую ценность из-за ее неизвестности третьим лицам, у которых к ней нет свободного доступа на законных основаниях и в отношении которых владелец такой информации ввел режим коммерческой тайны. Само понятие «коммерческая тайна» и ее сущность законодатель закрепил Федеральном законе от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» [8]. Далее представлен ряд требований к информации, составляющей коммерческую тайну:

1. Использование такой информации публично несет вероятность получения значительного ущерба предприятию.
2. Такая информация не считается общедоступной и общеизвестной, доступ к ней ограничен.
3. Обнародование данной информации способно принести ущерб обществу.
4. Информация требует особой защиты, потому что она не охраняется авторскими патентными правами и не считается государственной тайной.
5. Организация вправе принимать необходимые меры для того, чтобы сохранить конфиденциальность информации [7, С. 285].

Используя текст Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ, приведем определение конфиденциальности информации. Конфиденциальность информации – это обязанность лица, имеющего доступ к конкретным сведениям, сохранять и не передавать эти сведения третьим лицам без разрешения их владельца [1].

Список сведений, которые составляют конфиденциальную информацию организации формируется благодаря оценке возможного экономического ущерба в случае утечки сведений с предприятия. Возможные негативные последствия, возникающие при разглашении конфиденциальной информации, определяются для того, руководитель организации принял решение о причислении сведений о хозяйственной деятельности организации к списку сведений, которые составляют конфиденциальную информацию. К таким возможным последствиям можно отнести:

- 1) неудачные переговоры с контрагентами, которые повлекли за собой незаключение выгодных для предприятия контрактов;
- 2) возникновение у организации непредвиденных финансовых расходов из-за решений, принятых управленцем, из-за отказа от ранее принятой стратегии развития;
- 3) уменьшение объемов продаж произведенной предприятием продукции или предоставляемых организацией услуг;
- 4) прекращение деловых отношений с контрагентами или партнерами;
- 5) сложности при получении организацией кредита в банке;
- 6) невозможность предприятием закупить оборудование или сырье для производства.

Для того, чтобы получить доступ к сведениям, составляющим коммерческую тайну, допуск к которым имеют только директор компании и его заместители, человек должен соответствовать ряду требований. Он должен иметь необходимыми деловыми и нравственными качествами, а также способность к сохранению тайн.

К главным целям контроля за соблюдением режима конфиденциальности сведений, составляющих коммерческую тайну, являются:

- оценка текущего фактического состояния сохранности сведений;
- выявление недостатков, ошибок и нарушений режима работы со сведениями;
- нахождение причин возникновения выявленных недостатков, ошибок и нарушений, выдвиже-

ние предложений, направленных борьбу с ними.

Список причин возникновения угроз безопасности коммерческой тайны довольно обширен. Перечислим некоторые из них:

- 1) добавление в документы, имеющие открытый доступ, закрытой информации по ошибке, невнимательности или со злым умыслом;
- 2) содержание большого количества лишней информации в конфиденциальных документах;
- 3) широкий круг лиц, которым открыт доступ к закрытой информации;
- 4) нарушения в правилах работы с конфиденциальной информацией и документами, содержащими ее;
- 5) несанкционированное создание копий закрытых документов.

Список мер по защите конфиденциальной информации также довольно большой. Перечислим некоторые из таких мер:

- 1) сокращение числа лиц, которым открыт доступ к конфиденциальной информации;
- 2) предоставление сотрудникам и должностным лицам лишь той информации, которая необходима им для работы;
- 3) персональная ответственность каждого из сотрудников предприятия, имеющего доступ к закрытой информации.

Для того, чтобы сохранить свою коммерческую тайну каждое предприятие должно заняться организацией правильного и последовательного контроля за отбором сотрудников, которым будет открыт доступ к документам, содержащим коммерческую тайну. Необходимо корректно организовать работу с закрытой информацией, надежно защитить документы предприятия [10, С. 117].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие нормативно-правового регулирования РФ в области обеспечения безопасности делопроизводства компаний, усовершенствование методов по сохранению конфиденциальности на предприятиях и развитие технологии электронного делопроизводства сможет обеспечить сохранность делопроизводства и предотвращение утечки конфиденциальной информации на предприятии. Это поможет ему выигрывать в конкурентной борьбе в дальнейшем.

Список источников

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.
3. Государственная система документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам документационного обеспечения (утвержден Приказом главархива СССР от 25.05.88. № 33).
4. Янковая В. Ф. Нормативная база современного делопроизводства / В.Ф.Янковая // Секретарь-референт. – 2020. – №2. С 54-63.
5. Янковая В. Ф. Новый гост Р 7.0.97-2016/ В. Ф. Янковая // Секретарь-референт. – 2017. – №3. С 8-10.
6. Лузина, Т. В. Основы документооборота в таможенных органах в 2 ч. Часть 1: учебное пособие для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. С. 76-78.
7. Карзаева Н. Н. Основы экономической безопасности: учебник / Н.Н. Карзаева. - М.: ИНФРА - М, 2017. С. 120-128.
8. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 18.04.2018) «О коммерческой тайне».
13. Постникова Е. М., Калинина С. С., и др.// Роль информационной безопасности в коммерческой деятельности организации. 2018. С. 284-287.
14. Зотова М. А., Андреева О. А., Верещагина Е. В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Вопросы науки и образования. 2018. №7 (19). С. 115-124.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 338.24

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

СВЕТЛОВА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

студент

ГБОУ ВО «Альметьевский государственный технологический университет
«Высшая школа нефти»**Научный руководитель: Каптелина Елена Александровна***к.т.н., доцент кафедры экономики и управления предприятием**ГБОУ ВО «Альметьевский государственный технологический университет
«Высшая школа нефти»*

Аннотация: в статье рассматривается процесс моделирования, представляются основные и ключевые классы моделирования. Проводится эконометрический анализ, в ходе которого построенная математическая модель оценивается на адекватность временного ряда модели, что позволяет использовать метод линейного тренда для прогноза эконометрический анализ.

Ключевые слова: импортозамещение, экономико-математическое моделирование, временные ряды, прогностическое моделирование, тренд.

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF IMPORT SUBSTITUTION

Svetlova Sofya Alekseevna*Scientific adviser: Kaptelinina Elena Aleksandrovna*

Abstract: The article discusses the modeling process, presents the main and key classes of modeling. An econometric analysis is carried out, during which the constructed mathematical model is evaluated for the adequacy of the time series of the model, which allows using the linear trend method for forecasting econometric analysis.

Key words: import substitution, economic and mathematical modeling, time series, predictive modeling, trend.

Под моделированием будем понимать исследование процессов и объектов путем построения и изучения их моделей. Под моделью понимается такой материальный или мысленно представляемый объект, который в процессе познания замещает объект-оригинал, сохраняя некоторые важные для данного исследования типичные его черты. Модель должна отражать важнейшие черты явления, т. е. ей должны быть учтены все существенные факторы, от которых в наибольшей степени зависит успех исследования. Вместе с тем модель должна быть по возможности простой, без мелких второстепенных факторов, так как их учет усложняет математический анализ и делает трудно обозримым результат изысканий. Процесс построения модели называется моделированием. Существует несколько приемов моделирования, которые можно условно объединить в две большие группы: материальное (предметное) и идеальное моделирование. [1]

Модель выступает в качестве средства анализа и прогнозирования конкретных экономических процессов на основе реальной статистической информации.

Можно выделить три основных класса моделей, которые применяются для анализа и прогнози-

рования экономических систем:

- модели временных рядов;
- регрессионные модели с одним уравнением;
- системы одновременных уравнений. [3]

Прогностическое моделирование использует статистику для прогноза результатов. Чаще всего событие, которое нужно предсказать, происходит в будущем, но прогнозирующее моделирование может быть применено к любому типу неизвестных событий, независимо от того, когда оно произошло.

Определение конкретного потенциала политики импортозамещения, её роли в развитии нефтяной промышленности России можно проиллюстрировать на примере эконометрической модели, исходные данные для которой представлены в табл. 1.

Таблица 1

Исходные данные при моделировании

Годы	Глубина переработки, %	Инвестиции в оборудование добычи, млрд. руб.	Инвестиции в оборудование переработки, млрд. руб.	Инвестиции в модернизацию добычи, млрд. руб.	Инвестиции в модернизацию переработки, млрд. руб.	Объем добычи нефти, млн. тонн
2017	81,0	1807,1	447,1	184,3	91,2	547,9
2018	82,2	1856,8	408,3	131,8	83,7	556,8
2019	82,8	2133,9	548,2	170,7	100,3	560,0
2020	83,8	2194,6	660,5	182,2	121,5	512,1
2021	83,5	2145,8	600,5	195,3	84,1	501,3
2022	83,7	2594,7	641,9	264,7	92,4	534,0

Исходя из этого, фактором будут служить временные периоды по годам (с 2017 г.), а переменная Y – б показателей, выделенных в исходных данных, на основании чего будет проведен прогноз.

На основе вышеуказанных исходных данных был проведен эконометрический анализ, в ходе которого была построена линейная модель, а также проведена проверка модели на адекватность.

Приступим к рассмотрению переменной – инвестиции в оборудование добычи, результаты которой представлены в табл. 2.

Таблица 2

Промежуточные вычисления и результаты построения линейной модели тренда

	x	Y(x)	x-x _{ср}	(x-x _{ср}) ²	Y(x)-Y _{ср}	(x-x _{ср})*(Y(x)-Y _{ср})	Y _p (x)	E(x)
	2017	1807,1	-2,5	6,25	-315,05	787,63	1774,60	32,50
	2018	1856,8	-1,5	2,25	-265,35	398,03	1913,62	-56,82
	2019	2133,9	-0,5	0,25	11,75	-5,88	2052,64	81,26
	2020	2194,6	0,5	0,25	72,45	36,23	2191,66	2,94
	2021	2145,8	1,5	2,25	23,65	35,48	2330,68	-184,88
	2022	2594,7	2,5	6,25	472,55	1181,38	2469,70	125,00
Итого:	12117	12732,9	0	17,5	-6,82E-13	2432,85		0,00

Таким образом, линейная модель имеет вид:

$$Y(x) = a + b \cdot x$$

$$Y(x) = 139,02x - 278629$$

Коэффициент детерминации R^2 равен 0,8478, что означает сильную зависимость и соответствие модели данным.

Модель является адекватной, если математическое ожидание значений остаточного ряда близко или равно нулю. Результаты исследования адекватности вышеприведенной модели отражены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты исследования адекватности модели

	x	E(x)	Точка поворота	E(x) ²	E(x)-E(x-1)	(E(x)-E(x-1)) ²	E(x)*E(x-1)	E(x) :Y(x)
	2017	32,50	-	1056,25	-			0,018
	2018	-56,82	0	3228,51	-89,32	7978,06	-1846,65	0,031
	2019	81,260	1	6603,19	138,08	19066,09	-4617,19	0,038
	2020	2,940	1	8,64	-78,32	6134,02	238,90	0,001
	2021	-184,88	1	34180,6	-187,82	35276,35	-543,55	0,086
	2022	125	0	15625,0	309,88	96025,61	-23110,00	0,048
Итого:	12117	0,00	3	60702,2	92,50	164480,14	-29878,49	0,222
Среднее	2019,5							

1. Проверка равенства математического ожидания уровней ряда остатков нулю выполняется с использованием критерия Стьюдента:

$$\bar{E} = \sum_{i=1}^n E(x)$$

$\bar{E} = 0$, значит $x=0$, поэтому гипотеза о равенстве математического ожидания значений остаточного ряда нулю выполняется.

2. Проверку случайности уровней ряда остатков приведем на основе критерия поворотных точек.

Подсчитаем сумму поворотных точек «р». В случайном ряду чисел должно выполняться строгое неравенство:

$$p > \left[\frac{2(N-2)}{3} - 2\sqrt{16 * 10 - \frac{29}{90}} \right]$$

Квадратные скобки здесь означают, что для результата берется целая часть числа. При $N=6$ имеем:

$$\left[\frac{2(6-2)}{3} - 2\sqrt{16 * 6 - \frac{29}{90}} \right] = [0,94] = 1$$

В нашем примере $p=3$, неравенство указанное выше выполняется, следовательно, свойство случайности выполняется.

3. При проверке независимости (отсутствии автокорреляции) определяется отсутствие в ряде остатков систематической составляющей. Это проверяется с помощью d-критерия Дарбина-Уотсона.

В нашем примере $d=164480,14/60702,21=2,71$, что говорит об отрицательной корреляции и перед входом в таблицу величину необходимо преобразовать:

$d^*=4-2,71=1,29$, то есть расчетное значение находится в интервале от 0 до d_1 , из этого следует, что уровни ряда остатков сильно автокоррелированы, а модель неадекватна.

Данным расчетом подтверждается наличие существенной автокорреляции. Следовательно, по этому критерию выполняется свойство независимости уровней.

4. Соответствие ряда остатков нормальному закону распределения определим при помощи RS-критерия.

Если значение этого критерия попадает между табулированными границами с заданным уровнем вероятности, то гипотеза о нормальном распределении ряда остатков принимается. Для $N=6$ и 5%-го уровня значимости этот интервал равен 2,7-3,7.

В нашем примере: $E_{\max} = 184,88$, $E_{\min} = -184,88$.

$$S_e = \sqrt{\sum_{i=1}^N E(x)^2 : (N - 1)} = \sqrt{60702,21/5} = 110,18$$

$$R S = [184,88 - (-184,88)] : 110,18 = 3,36$$

Расчетное значение попадает в интервал. Следовательно, свойство нормальности распределения выполняется, что позволяет строить доверительный интервал прогноза.

Для характеристики точности воспользуемся средней относительной ошибкой: [2]

$$\overline{E_{\text{отн}}} = \frac{1}{10} * \sum_{i=1}^N \{|E(x)| : Y(x)\} * 100\% = \frac{1}{10} * 0,222 * 100\% = 2,22\%$$

Величина менее 5% свидетельствует о хорошем уровне точности модели.

Выполнение всех критериев позволяет нам продолжить расчёт и узнать прогнозные значения для последующих периодов (табл. 4).

Таблица 4

Итоговые значения с прогнозными до 2028 г.

X	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Y(x)	81	82,2	82,8	83,8	83,5	83,7	84,7	85,2	85,7	86,3	86,8	87,3

Можно сделать вывод, что выполняются все условия проверки адекватности временного ряда оценки качества модели, то есть, можно использовать метод линейного тренда для прогноза (рис. 1).

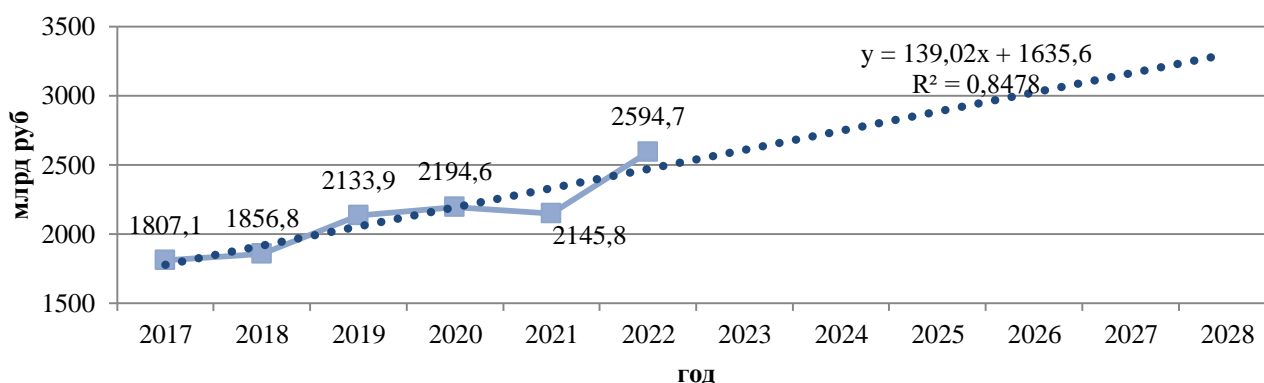


Рис. 1. Прогноз инвестиций в оборудование добычи до 2028 года, млрд руб.

В работе подробно рассмотрена оценка качества модели на адекватность, использованы критерии Стьюдента, Дарбина-Уотсона, критерий поворотных точек и RS-критерий. Построена прогнозная модель инвестирования в оборудование добычи, которая отображает стремительное увеличение инвестиций в данную область, что может быть связано с внедрением собственных разработок в процессы добычи.

Список источников

1. Обухова Г.А. Математическое моделирование в экономике: Методическое пособие для студентов заочной формы обучения направления «Экономика»/ Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2012. – 38 с.

2. Елисеева, И. И. Практикум по эконометрике: учебное пособие / И. И. Елисеева. — 2-е изд. — Москва: Финансы и статистика, 2006. — 345 с. — ISBN 5-279-02785-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/53878> (дата обращения: 03.05.2024).

3. Эконометрическое моделирование: сущность, задачи, области применения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: https://amgpgu.ru/upload/iblock/bbf/demina_o_e_ershova_t_b_ekonometricheskoe_modelirovanie_sushchnost_zadachi_oblasti_primeneniya.pdf (12.05.2024)

© С.А. Светлова, 2024

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»)

СВЕТЛОВА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

студент

ГБОУ ВО «Альметьевский государственный технологический университет «Высшая школа нефти»

*Научный руководитель: Каптелина Елена Александровна**к.т.н., доцент кафедры экономики и управления предприятием**ГБОУ ВО «Альметьевский государственный технологический университет**«Высшая школа нефти»*

Аннотация: в статье анализируется эффективность политики импортозамещения НГК России на примере ПАО «Газпром». На основании проведенного анализа данных за период 2014-2022 гг., автором было отмечено, что политика внедрения отечественного оборудования характеризуется положительной динамикой, так как с каждым последующим периодом компания занимается разработкой собственного оборудования, а также сотрудничает с российскими поставщиками.

Ключевые слова: импортозамещение, вертикально интегрированные нефтяные компании, санкции, конкурентоспособность, нефтегазовая промышленность.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPORT SUBSTITUTION POLICY ON THE ACTIVITIES OF VERTICALLY INTEGRATED RUSSIAN OIL COMPANIES (USING THE EXAMPLE OF GAZPROM PJSC)

Svetlova Sofya Alekseevna

Scientific adviser: Kapteлина Elena Aleksandrovna

Abstract: The article analyzes the effectiveness of the import substitution policy of the NGK of Russia on the example of PJSC Gazprom. Based on the analysis of data for the period 2014-2022, the author noted that the policy of introducing domestic equipment is characterized by positive dynamics, since with each subsequent period the company develops its own equipment, as well as cooperates with Russian suppliers.

Key words: import substitution, vertically integrated oil companies, sanctions, competitiveness, oil and gas industry.

Политика импортозамещения достаточно сложная экономическая категория, которая оказывается под влиянием важных показателей: внешнеэкономическая деятельность, связанная с введенными

санкциями, резкое падение рубля по отношению к мировым валютам, увеличение стоимости импортного оборудования и комплектующих. Значительная степень зависимости от иностранных технологий и ограничение импорта высокотехнологичного оборудования и компонентов для нефтяной промышленности существенно затрудняют ее устойчивое развитие. Сгладить последствия санкционных барьеров, обеспечить национальную безопасность и стимулировать внедрение инноваций может стратегия импортозамещения.

Реализация стратегии импортозамещения направлена на повышение конкурентоспособности нефтяной промышленности за счет ее экономического и технологического развития. В рамках реализации стратегии планируется решить следующие задачи: уменьшить долю импортной продукции и зависимость от нее; минимизировать риски, связанные с отсутствием необходимого оборудования или повышения его стоимости из-за скачка спроса, увеличения сроков доставки, колебаний валютного курса или политических санкций; минимизировать простой оборудования и затрат на его обслуживание из-за отсутствия необходимых материалов; разработать продукцию для любых условий, в которых работают предприятия; повысить конкурентоспособность российских поставщиков на внутреннем и внешнем рынках; снизить себестоимость производства оборудования за счет снижения транспортных и таможенных расходов вне страны; обеспечить контроль над сроками производства и стоимостью оборудования – все это может оказывать существенное влияние на финансово-хозяйственную деятельность крупных нефтяных компаний, которые являются основными игроками в мировом рынке энергоресурсов.

Для эффективной реализации стратегии импортозамещения в нефтегазовой промышленности необходимо преодолеть несколько существенных проблем, среди которых выделяются: низкий объем инвестиций в технологическое развитие нефтяных компаний и разработку перспективных месторождений; высокая энергоемкость основных производственных фондов в связи с моральным и техническим износом оборудования; потребность преобразования системы налогообложения нефтяной промышленности; необходимость развития новых и модернизации существующих транспортных отраслей; необходимость создания современных технологий для снижения операционных затрат в добыче, транспортировке и переработке; технологическое отставание в методах извлечения нефти и глубине ее переработки; необходимость создания более эффективных и конкурентоспособных технологий и оборудования. Эти факторы задерживают процесс импортозамещения промышленных технологий и ограничивают потенциал развития нефтяной отрасли. [4]

Таким образом, для развития замещения импортного оборудования необходим комплексный подход решения вышеизложенных проблем. Для успешной реализации стратегии импортозамещения в нефтяной промышленности возможны следующие пути решения:

- стимулирование развития отечественного производства для создания конкурентоспособных товаров (налоговые льготы, государственные заказы, финансирование научных исследований и разработок для внедрения передовых технологий в производство оборудования);
- приток инвестиций в отечественное производство: привлечение капитала, увеличение занятости населения с помощью расширения рабочих мест и уменьшение зависимости от импорта;
- развитие логистической цепочки для упрощения доставки оборудования, комплектующих на производство.

В первую очередь, импортозамещение может положительно сказаться на финансовых показателях нефтяных компаний, позволяя им сократить расходы и увеличить прибыль. Заменяя импортные компоненты изготовления нефтегазового оборудования, инфраструктуры и других необходимых материалов на отечественные аналоги, компании экономят на стоимости, доставке и таможенных пошлинах. В результате у них возникают новые возможности для инвестиций, развития и расширения производства.

Однако, следует отметить, что внедрение политики импортозамещения может столкнуться с рядом вызовов. Крупные нефтяные компании обычно имеют сложную структуру, включающую множество филиалов и подразделений, а также тесные взаимосвязи с международными партнерами и поставщиками. Переход на использование отечественных ресурсов может потребовать серьезных изменений в

структуре и бизнес-процессах компаний, что может вызывать определенные затраты и временные неудобства.

Кроме того, реализация политики импортозамещения может повлечь за собой развитие отечественных производителей нефтяного оборудования и технологий. Это может иметь положительное влияние на инновационный потенциал страны и стимулировать развитие национальной экономики в целом. Укрепление отечественной нефтяной отрасли создаст новые рабочие места, повысит уровень экспорта и снизит зависимость от импорта, что в свою очередь позволит укрепить финансовую стабильность крупных нефтяных компаний.

Импортозамещение в нефтяной отрасли может быть непростым и долгосрочным процессом, требующим грамотного планирования и реализации. Тем не менее, его применение может иметь значительные выгоды для крупных нефтяных компаний, помогая им повысить эффективность, снизить затраты и диверсифицировать свои возможности. В то же время, результаты политики импортозамещения в нефтяной отрасли будут оказывать влияние на всю национальную экономику, способствуя развитию новых технологий и повышению финансовой устойчивости страны в целом.

В данной статье рассмотрим влияние импортозамещения на деятельность на ПАО «Газпром».

Газпром – крупнейшая газовая компания в России и одна из крупнейших в мире. Она также активно внедряет стратегию импортозамещения, особенно в области газового оборудования и технологий. Газпром разрабатывает и внедряет собственные технологии для добычи и транспортировки газа, что позволяет компании снизить зависимость от импорта и сократить расходы на закупку иностранного оборудования. Кроме того, Газпром активно сотрудничает с отечественными производителями, что способствует развитию отечественной промышленности. [1]

В начале 2015 года в ПАО «Газпром» был создан новый департамент, основной сферой деятельности которого является технологическое развитие Общества, включая вопросы импортозамещения. В процессе работы сформированы ключевые направления деятельности по импортозамещению. Эти направления охватывают полный цикл работ в газовой отрасли: от определения потребности в импортозамещающем оборудовании и технологиях, организации эффективного взаимодействия с отечественными предприятиями по выпуску импортозамещающего оборудования до внедрения и поставок нового оборудования и технологий в условиях действующих санкций в отношении российских энергетических компаний. Рассмотрим схему взаимодействия участников процесса технологического развития ПАО «Газпром» (рис. 1). [2]



Рис. 1. Схема взаимодействия основных участников процесса технологического развития ПАО «Газпром»

Компания занялась реализацией политики импортозамещения в 2003 году. До 2014 года зарубежные поставки оборудования составляли 9,9%, к 2020 году – 5,6% (рис. 2). На 2035 год прогнозируется полный переход на использование собственных разработок, и доля импортного оборудования сведется к минимуму – 0,5%.

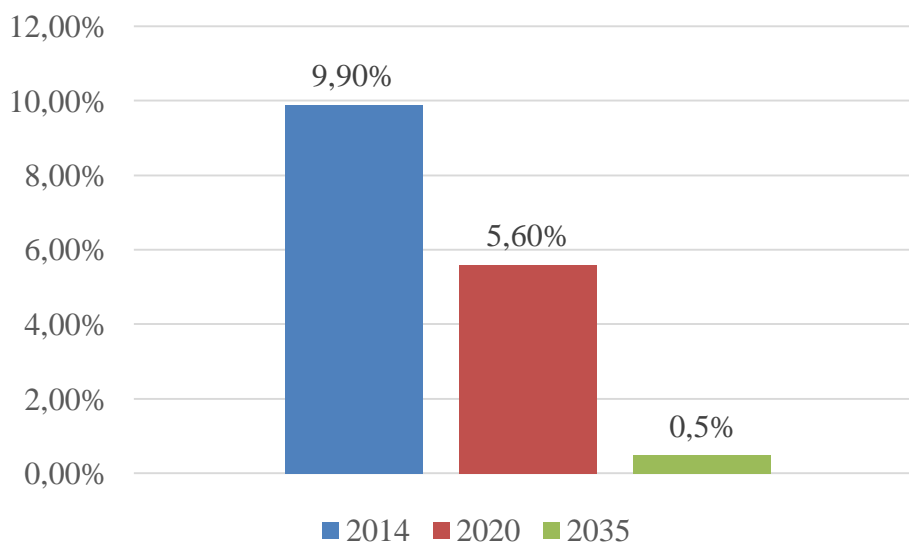


Рис. 2. Динамика доли импортного оборудования ПАО «Газпром»

В компании успешно пользуются возможностями грантовой программы, в ходе которой в процессе реализации находятся такие проекты, как:

- автоматизированная система управления технологическим процессом для нефте- и газопереработки;
- технология автоматической лазерной сварки трубопроводов поточно-расчлененным способом;
- энергозависимая однопиточная газоизмерительной станции нового поколения с нулевыми выбросами метана в атмосферу;
- технологическое оборудование для АГНКС на основе линейки компрессоров собственной разработки;
- создание производственного центра восстановления и ремонта деталей и узлов газотурбинных установок газотранспортной системы;
- создание нового поколения газомотокомпрессоров МКС12.

Это доказывает, что компания стремится к 100% использованию собственных разработок и успешно привлекает к участию в проектах все больше российских предприятий.

Цели по импортозамещению на 2022 год достигнуты. В 2022 году фактический экономический эффект от внедрения импортозамещающих технологий, оборудования и материалов на объектах Группы «Газпром» оценивается в размере 24,74 млрд руб. Наибольший экономический эффект был получен по направлению деятельности «Транспортировка газа». [3]

Таким образом, импортозамещение оказывает значительное влияние на финансово-хозяйственную деятельность нефтяных компаний. Они активно внедряют собственные технологии и оборудование, сотрудничают с отечественными производителями, что позволяет им снизить зависимость от импорта, сократить расходы на закупку иностранного оборудования и улучшить финансовые показатели. Кроме того, это способствует развитию отечественной промышленности и созданию новых рабочих мест, что является важным фактором для экономического развития страны.

На сегодняшний день ПАО «Газпром» открыто к эффективному взаимодействию с представителями отечественных компаний – производителей импортозамещающей продукции.

Также значительным фактом является то, что Общество активно участвует в работе Правительства Российской Федерации и других федеральных структур по вопросам технологической независимости страны.

Список источников

1. Газпром: стратегия устойчивого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://triumph-strategy.ru/gazprom-strategija-ustojchivogo-razvitija> (12.05.2024)
2. Импортозамещение в газовой отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://федеральный-справочник.рф/files/BEZOPASNOST/soderghanie/NB_3/NB3-2016-Krilov.pdf (07.05.2024)
3. Правление отметило высокую эффективность работы «Газпрома» по импортозамещению [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.gazprom.ru/press/news/2022/march/article549585/> (07.05.2024)
4. Ульмаскулова О.Р. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ // Инновационная наука. 2022. №11-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-zadachi-i-problemy-realizatsii-strategii-importozamescheniya-v-neftyanoj-promyshlennosti> (дата обращения: 10.05.2024).

© С.А. Светлова, 2024

УДК 330

РАЗВИТИЕ СТРОИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ

АЛЬМУХАМЕТОВА АЛИНА РАФИКОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

*Научный руководитель: Галимова Эльмира Ирековна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»*

Аннотация: в данной статье проводится анализ влияния цифровизации на управление строительством, а также рассматриваются преимущества и вызовы, с которыми сталкиваются участники строительных проектов.

Ключевые слова: экономика, строительство, бизнес, цифровизация, управление.

DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION BUSINESS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION: THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON CONSTRUCTION MANAGEMENT PROCESSES

Almukhametova Alina Rafikovna*Scientific adviser: Galimova Elmira Irekovna*

Abstract: This article analyzes the impact of digitalization on construction management, and examines the advantages and challenges faced by participants in construction projects.

Key words: economics, construction, business, digitalization, management.

Цифровизация стала неотъемлемой частью современного общества и оказывает значительное воздействие на различные сферы деятельности, включая строительную индустрию. Цифровая экономика, основанная на современных технологиях, предлагает ряд преимуществ, включая уменьшение расходов, повышение доступности услуг и быстрый доступ к мировому рынку [1,2].

Рассмотрим более подробно влияние цифровизации на процессы управления строительством. Во-первых, цифровизация привнесла значительные изменения в проектировании и планировании [2].

Так, в России в строительной сфере широко используются технологии информационного моделирования (Building Information Model (BIM)), которые позволяют создавать трехмерные модели зданий с высокой степенью детализации. Это помогает не только визуализировать проекты, но и проводить виртуальное тестирование различных сценариев, что существенно снижает вероятность ошибок и конфликтов в проектировании. Кроме того, BIM помогает снизить издержки и ускорить выполнение проектов, упрощает согласование между различными участниками проекта и повышает эффективность коммуникации [1,2].

Одной из основных проблем при внедрении BIM-технологий является проблема интероперабельности, которую можно решить, разработав стандарты для информационных моделей и программных интерфейсов обмена данными. Еще одной проблемой является недостаток квалифицированных специалистов, для решения которого необходимо внедрить соответствующие программы в образовательные учреждения.

В строительной отрасли многие компании не оценивают достаточно преимуществ BIM-технологий из-за недостаточной осведомленности. Для преодоления этой проблемы важно проводить форумы, обучающие программы и конференции, а также демонстрировать преимущества этих технологий среди компаний и специалистов. Уменьшение бумажной документации и активное использование программного обеспечения на мобильных устройствах также могут способствовать более эффективному внедрению цифровых решений [1].

Во-вторых, цифровизация оказывает влияние через внедрение в управление проектами. Так, цифровые платформы для управления проектами предоставляют широкий спектр инструментов для планирования, контроля и анализа строительных процессов. Они позволяют автоматизировать задачи, оптимизировать распределение ресурсов, управлять бюджетом и сроками выполнения работ. Благодаря централизованному доступу к информации и возможности быстрого реагирования на изменения, компании могут более эффективно управлять проектами любого масштаба. Программное обеспечение для управления проектами, облачные сервисы для хранения и обмена документами, а также цифровые платформы для координации работников проекта значительно улучшили процессы управления строительством. Использование таких технологий способствует повышению прозрачности, эффективности и сокращению временных и финансовых затрат на управление проектом.

В-третьих, влияние проявляется через применение систем управления зданиями, которые представляют собой цифровые технологии, обеспечивающие автоматизацию и контроль различных систем в зданиях, таких как отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, освещение и безопасность. Их внедрение позволяет оптимизировать расход энергии, повысить комфорт и безопасность в зданиях, а также облегчает управление и обслуживание.

В-четвертых, важную роль в управлении строительством играют сбор, анализ и прогнозирование данных, а также принятие решений на основе данных. Именно аналитика и прогнозирование помогают выявлять тенденции, определять риски и прогнозировать возможные проблемы на ранних этапах проекта, что способствует принятию обоснованных решений и улучшению результатов строительства [2]. С помощью алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта можно выявлять закономерности, делать прогнозы о возможных рисках и оптимизировать стратегии управления проектами.

В-пятых, цифровые технологии, такие как дроны, IoT-датчики и системы видеонаблюдения, революционизируют процессы мониторинга и контроля на строительных объектах. Дроны могут использоваться для проведения аэросъемки, инспекции объектов и мониторинга прогресса работ. IoT-датчики позволяют собирать данные о состоянии оборудования, потреблении ресурсов и условиях на объекте. Системы видеонаблюдения обеспечивают безопасность рабочих и помогают предотвращать инциденты.

И, наконец, цифровизация способствует снижению негативного воздействия строительных процессов на окружающую среду. Оптимизация логистики доставки материалов позволяет сократить выбросы углекислого газа и других вредных веществ. Использование энергоэффективных технологий, таких как солнечные панели или системы энергосбережения, помогает снизить потребление энергии и воды на строительных объектах.

Исследование уровня цифровизации девелоперских и строительных компаний в России, проведенное компанией Strategy Partners, показало, что большинство компаний признают цифровую трансформацию важным стратегическим приоритетом, но уровень цифровизации остается низким. Среди наиболее перспективных технологий для отрасли выделяются BIM, Big Data, беспилотные летательные аппараты, облачные решения для совместной работы и интернет вещей. Однако более две трети опрошенных не завершили свои инициативы по внедрению цифровых решений.

Основными проблемами и ограничениями для внедрения цифровых технологий компании назы-

вают высокую стоимость внедрения и недостаточную цифровизацию у поставщиков. Необходимо активно работать над преодолением указанных препятствий, чтобы достичь полного потенциала цифровой трансформации в строительстве в России [3].

Таким образом, цифровизация имеет огромное значение для развития строительного бизнеса в современном мире, улучшая процессы управления, сокращая издержек, повышая эффективность и качество строительства.

Внедрение цифровых технологий, систем управления зданиями и анализ данных становится необходимостью для современных участников строительной индустрии, чтобы успешно конкурировать на рынке и достигать высоких результатов. Компании, которые успешно интегрируют цифровые технологии в свою деятельность, получают конкурентные преимущества и становятся лидерами на рынке. В условиях быстрого технологического развития важно постоянно следить за новинками и адаптировать их для оптимизации бизнес-процессов. Внедрение цифровых технологий требует инвестиций и обучения персонала, но в конечном итоге оправдывает себя за счет повышения эффективности и сокращения издержек.

Список источников

1. Павозков Д.В. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ // Вестник науки. 2024. №2 (71). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-tsifrovizatsii-na-protsessy-upravleniya-stroitelstvom> (дата обращения: 12.05.2024).
2. Абдулагаев К.Д. РАЗВИТИЕ СТРОИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Экономика и социум. 2022. №5-1 (96). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-stroitel'nogo-biznesa-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 13.05.2024).
3. Исследование Strategy Partners: цифровизация строительной отрасли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ict-online.ru/news/n168088/> (дата обращения: 14.05.2024).

UDC 334.02

THE PROBLEM OF SUPPLYING LOW-QUALITY GOODS IN GOVERNMENT PROCUREMENT

МОКЕЕВА ТАТИАНА ВАСИЛЬЕВНА,
ТАН ЧУЯНЬ,

students,

ZHANG JINGYUAN

PhD, Associate Professor

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Аннотация: Данная статья посвящена проблеме поставки некачественных товаров, работ и услуг в рамках государственных закупок. Авторы анализируют возможные последствия подобных закупок, включая технические аварии, угрозу человеческой безопасности и финансовые потери. Поэтому вопрос о том, как максимально избежать негативных результатов, стал одним из приоритетных, который правительство должно рассматривать при проведении закупок. В статье представлено сравнение данной проблемы с мошенничеством в сфере госзакупок, а также проведен анализ конкретных случаев из практики различных стран. Предложены практические рекомендации для государственных органов по улучшению контроля качества поставляемых товаров, работ и услуг с целью предотвращения негативных последствий для общества.

Ключевые слова: государственные закупки, качество товаров, поставщики, субподряд.

ПРОБЛЕМА ПОСТАВКИ НЕКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ

Чжан Цзинюань,

Тянь Чуюнь,

студенты,

Мокеева Татьяна Васильевна

к.э.н., доцент

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Abstract: This article is concerned with the problem of supplying substandard goods, works or services within the framework of public procurement. The authors analyze the possible consequences of such procurement, including technical accidents, threats to human safety and financial losses. Therefore, the issue of how to avoid negative results as much as possible has become one of the priority issues that the government should consider when conducting procurement. The article compares this problem with fraud in public procurement and analyzes case studies from different countries. Practical recommendations are offered to government control bodies to improve quality control of supplied goods works and services in order to prevent negative consequences for society.

Key words: government procurement, quality of goods, suppliers, subcontracting.

It has long been assumed that the problems of providing low-quality commodity engineering services and fraud in government procurement are the same, but this is not the case. They are indeed related to some

extent, but they are not exactly the same.

Fraudulent behavior refers to behavior that intentionally deceives others through false statements, concealment of facts, or other means to obtain improper benefits. In government procurement, there may be instances where suppliers intentionally provide false information, forge documents, or accept bribes to obtain contracts or obtain higher returns.

In government procurement: deliver low-quality goods, works or services refer to the supplier's failure to provide the government with goods, works or services that meet contract requirements. These may include the use of inferior materials, violation of standard specifications, untimely delivery and other issues, resulting in government procurement projects not achieving expected results or wasting funds.

While both low-quality commodity engineering services and fraud can exist in public procurement, their manifestations and impacts can be slightly different. Fraud focuses on deceptive behavior by suppliers, often related to false information or bribery, while low-quality goods and engineering services issues focus on the quality of actual goods or engineering services. However, what they have in common is that both may harm public interests, waste resources and cause public financial losses.

Today, most construction and equipment accidents resulting in loss of life and property are caused by the construction process low-quality goods, works and services. These tragedies, caused by contractor negligence, abound. Have many examples of low-quality goods, works or services being provided in global public procurement have been widely reported in recent years.

In 2015, Canada's Ontario Power Authority discovered low-quality safety equipment provided by multiple contractors, including protective clothing, helmets and shoes. In 2018, when the New York City government was upgrading its information technology system, it was discovered that the software provided by the contractor had serious vulnerabilities, leading to the risk of data leakage. In 2019, the Argentine government purchased a batch of medical equipment and found that the equipment was of poor quality and could not be used properly, causing medical services to be affected.

Russia has a particularly acute problem with low-quality highway construction. For example, law enforcement officers and prosecutors of St. Petersburg checked how the budget funds allocated for the construction of a section of the Ring Road were spent by the company «Flora», which acted as the general contractor in 2011. It turned out that thanks to the management of «Flora» about 211 million rubles disappeared without a trace. The company's misdeeds do not end here. The Main Department of Internal Affairs has investigated the violations committed by «Flora» when hiring subcontractors to complete the ring road. Investigators believe that their work was poorly performed, which made it necessary to spend another 30 million rubles to correct the deficiencies [1].

This phenomenon also exists in China. Next, we will conduct a specific case analysis on this. The first case is the «11.15» teacher's apartment fire in Shanghai, China [2, 3, 4]. According to state media, the fire killed 58 people and injured 71 others, causing direct economic losses of 158 million yuan, mostly retired teachers. The investigation team determined that the accident was mainly caused by the illegal operation of welding workers, and the project itself also had illegal subcontracting and lack of safety supervision. It was a man-made and avoidable accident. The subcontracting relationship in this project is as follows (Figure 1).

The contracting company **A** subcontracted the project to another company **B**, but **B** is not qualified for construction. Later, the managers of Company **A** and Company **B** subcontracted the external wall insulation work to individual **C**, and subcontracted the construction of scaffolding work to two people (**D1** and **D2**) who undertook the project in the name of the property management company. **D1** and **D2** subcontracted the welding work in the construction of scaffolding work to unqualified individual **E**, and then **E** entrusted individual **F** to hire two people without welding qualification (**G1** and **G2**), to carry out the welding work.

The details show that the project went through layers of illegal subcontracting, resulting in the use of multiple unqualified workers and the provision of low-quality services. Finally, the project started under incomplete procedures, and scaffolding and external wall insulation were constructed at the same time, a serious violation of safety regulations, but no one stopped it. On the day of the accident, the workers were welding without fire extinguishers and solders, and the spark ignited the insulation material, causing the fire. Serious accidents are caused by the dual factors of artificially low-quality service and material use.

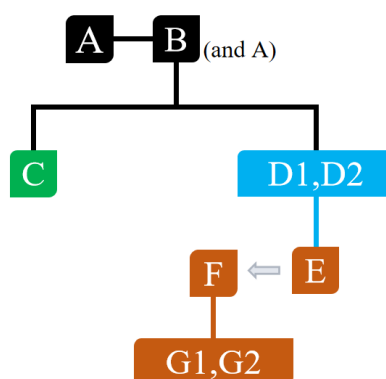


Fig. 1. Simplified diagram of subcontracting relationship

The second case is a construction accident in Yinchuan, China in 2005 [5]: this project carries out provincial construction procurement to determine three companies, and carries out national supervision procurement to determine one company.

However, during the construction of the west building, the workers had a wrong understanding of the design drawings. It was not until the construction of the third floor that the height of the building was found to be nearly one meter different from the design height, resulting in the removal of the whole west building. In the construction of the main building, the company did not appoint the project manager promised in the bidding, and did not control the quality of raw materials. Coupled with the wrong behavior of the workers, the strength of the main body of the building was found to be far from the design requirements in the final project quality inspection.

This is a serious quality accident of poor detection and management, illegal construction operation and irresponsible supervision. These violations all provide bidders with low-quality work and services, resulting in large losses. But such incidents also reflect the problems of government buyers: underpricing projects, choosing cheap solutions, and generally short construction periods, resulting in engineering accidents.

In view of this situation, we can combine that the common causes of the two accidents are the illegal operations of workers and the poor command and supervision of the person in charge within the supplier. Secondly, it is because of a series of illegal subcontracting by the contractor, including providing false information, forging documents or accepting bribe, may constitute fraud.

Therefore, we can analyze the potential impact on government procurement of low-quality services provided by suppliers.

1. Reduced trust in suppliers: a bidder's ability to cooperate with suppliers to provide high-quality products and services is one of the important indicators for evaluating its professional capabilities and reliability. If a supplier consistently fails to meet customer expectations, it may lose its competitive advantage and lose bid opportunities for subsequent projects.

2. Impact on government reputation: the government may be perceived as having failed to properly select and vet suppliers that provide low-quality products and services. This could have a negative impact on the government's reputation.

3. Increase unnecessary risks and costs: low-quality products and services may lead to project delays, product failures, customer dissatisfaction, and even endanger safety. Additional manpower, material, time and resource costs are required for subsequent replacement or repair to correct the problem.

In summary, suppliers providing low-quality product engineering and services will have a negative impact on the bidder's credibility, the government's reputation, and project risks. Therefore, bidders should be very careful when selecting suppliers and ensure that they work with suppliers that can provide high-quality products and services. So, how to avoid these problems? We can start from the following points.

1. *Clarify expectations and maintain good communication*: governments clearly communicate product or service requirements and quality standards with suppliers, and ensure both parties have a consistent understanding of quality expectations. If problems are discovered, promptly communicate and negotiate with suppli-

ers to find ways and measures to solve the problems and maintain a good cooperative relationship.

2. *Clarify contract terms*: clarify the quality requirements and guarantee terms of products, projects and services in the supply contract, including returns and liability for substandard products, and clarify the responsibilities and obligations of the supplier.

3. *Quality control and inspection process*: the bidder will send a supervision team to directly supervise to ensure that the contractor produces according to contract standards. Establish a supplier performance evaluation mechanism to verify quality through regular inspections and sampling, and monitor its continuous improvement.

4. *Feedback and complaint mechanism*: establish an effective feedback and complaint mechanism, encourage employees to report problems in a timely manner, and handle and follow up on complaints in a timely manner to prevent problems from expanding and recurring.

5. *Alternative Supplier Program*: consider developing and implementing an alternative supplier program in the event a supplier is unable to meet quality requirements. To ensure the quality and stability of products or services.

6. *Implementing E-procurement*: adopting e-Procurement is an effective, transparent and accountable tendering process.

7. *Consider legal means*: if a supplier seriously breaches the contract or is unable to solve quality problems, legal means can be taken to safeguard its legitimate rights and interests.

In short, dealing with the problem of low-quality goods, works or services in government procurement provided by suppliers requires proactive communication, supervision and management with suppliers to ensure the quality and reliability of products or services, so as to avoid them as much as possible.

References

1. 211 million rubles were stolen during the construction of the St. Petersburg ring road. Delovoy Peterburg. April 15, 2011. URL: <https://www.dp.ru/a/2024/05/12/sud-v-peterburge-arestoval> (04.05.2024).

2. Office of the State Council Work Safety Commission. Notice from the Office of the State Council Work Safety Committee on the investigation and handling results of the «11-15» extremely serious fire accident in the Jiaozhou Road Apartment Building, Jing'an District, Shanghai. China.com. 2018-09-05.

3. Shanghai Municipal Government held a press conference on the «11-15» particularly serious fire. Central People's Broadcasting Station. 2010-11-17.

4. Chen Qiongke, Yang Yongsen. 26 people were convicted in the first instance of the "11·15" fire series criminal case. Jiefang Daily (Liberation Daily). 2019-06-04.

5. The construction of the Yinchuan Municipal Building was so bad that it was forced to stop construction. Chongqing Times, May 13, 2005. URL: <http://news.sina.com.cn/c/2005-05-13/08215875834s.shtml> (04.05.2024).

УДК 338.1

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

РУСАКОВА КРИСТИНА ВЛАДИМИРОВНАпреподаватель
Красноярский филиал Финуниверситета

Аннотация: В современных условиях цифровизация бизнеса – необходимость для субъектов малого и среднего предпринимательства. Практическое применение информационных технологий способствует росту конкурентоспособности и эффективности предпринимательской деятельности. Российский малый и средний бизнес может значительно повысить свою конкурентоспособность за счет оптимизации бизнес-процессов, благодаря внедрению в своей деятельности инструментов на базе машинного обучения и искусственного интеллекта.

Ключевые слова: цифровизация, малое и среднее предпринимательство, индекс цифровизации бизнеса, цифровые технологии, конкурентоспособность.

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Rusakova Kristina Vladimirovna

Abstract: In modern conditions, digitalization of business is a necessity for small and medium-sized businesses. The practical application of information technologies contributes to the growth of competitiveness and efficiency of entrepreneurial activity. Russian small and medium-sized businesses can significantly increase their competitiveness by optimizing business processes, thanks to the introduction of machine learning and artificial intelligence-based tools in their activities.

Key words: digitalization, small and medium-sized enterprises, business digitalization index, digital technologies, competitiveness.

В настоящее время степень конкурентоспособности бизнеса во многом зависит от уровня его цифровизации. Цифровая трансформация открывает новые для бизнеса возможности, она выгодна как для субъектов предпринимательства, так и для государства в целом.

Преимущества внедрения цифровых технологий для предпринимательства заключаются в оптимизации издержек, росте производительности труда и достижении других конкурентных преимуществ. Ключевая роль в формировании инфраструктуры для цифрового развития бизнеса принадлежит государству. Так, на развитие цифровой экономики в 2022 году было направлено 5 152 млрд руб., что составляет 3,4 % валового внутреннего продукта (ВВП) России. В абсолютном выражении валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики имеют положительную динамику (рис. 1) [1].

Для социально-экономического развития государства немаловажную роль играет малое и среднее предпринимательство. Обеспечивая рабочими местами, малый бизнес способствует росту реальных доходов населения, а также главного показателя экономического развития регионов – регионального внутреннего продукта.

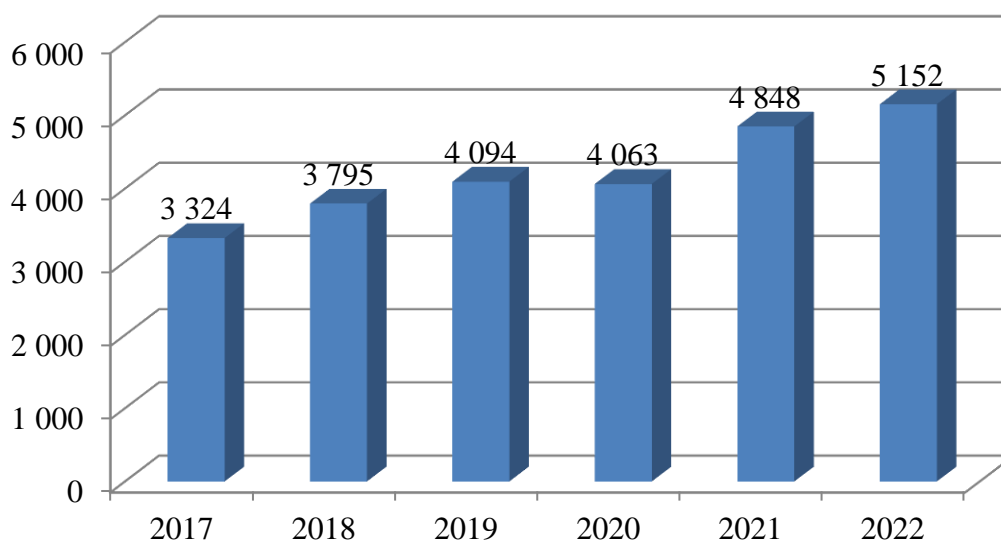


Рис. 1. Валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики в 2017-2022 гг., млрд руб.

Для оценки уровня цифровизации малого и среднего бизнеса в Российской Федерации были использованы данные исследования, проведенного аналитическим центром НАФИ. В рамках данного исследования был рассчитан Индекс цифровизации малого и среднего бизнеса (Business Digitalization Index, BDI) с целью оценки его готовности к цифровой экономике. Индекс включает в себя следующие частные индексы:

- каналы передачи и хранения информации (применение облачных технологий, корпоративной почты, мессенджеров и т.д.);
- интеграция цифровых технологий (использование онлайн-документов, возможностей искусственного интеллекта и т.д.);
- использование интернета в продажах (наличие официального сайта, страницы в социальных сетях и т.д.);
- информационная безопасность (готовность бизнеса к угрозам цифрового характера);
- цифровое обучение (проведение обучающих курсов в области цифровых технологий).

Единица измерения индексов – процентный пункт (%). Диапазон – от нуля до 100 %.

За анализируемый период – ноябрь 2021-октябрь 2022 года уровень индекса цифровизации малого и среднего бизнеса не изменился, составив 52 %. При этом в отношении частных индексов сложилась разная динамика: положительная для индексов «Интеграция цифровых технологий», «Информационная безопасность» и «Цифровое обучение»; отрицательная – для индексов «Каналы передачи и хранения информации» и «Использование интернета в продажах» (рис. 2) [2].

Таким образом, все представители малого и среднего предпринимательства так или иначе инвестируют средства в цифровизацию своего бизнеса, при этом объем вложений значительно варьируется. Среди основных направлений, в которые вкладываются средства владельцами бизнеса, можно выделить маркетинг и продажи, автоматизацию и искусственный интеллект, управление проектами. Однако существуют барьеры, препятствующие цифровизации бизнеса, а именно: недостаточный уровень знаний и опыта в сфере цифровых технологий; нехватка готовых решений для задач малого и среднего бизнеса; отсутствие собственных ИТ-подразделений; сложность оценки результативности и эффективности цифровой трансформации из-за отсутствия точных методик и показателей.

Среди возможных решений выявленных трудностей, с которыми сталкиваются предприниматели при цифровизации своего бизнеса, можно обозначить следующие: сотрудничество с экспертами и консультантами в интересующей области со стороны, а также повышение квалификации собственного персонала; развитие собственной серверной инфраструктуры; привлечение аутсорсинговых компаний для решения ИТ-задач.

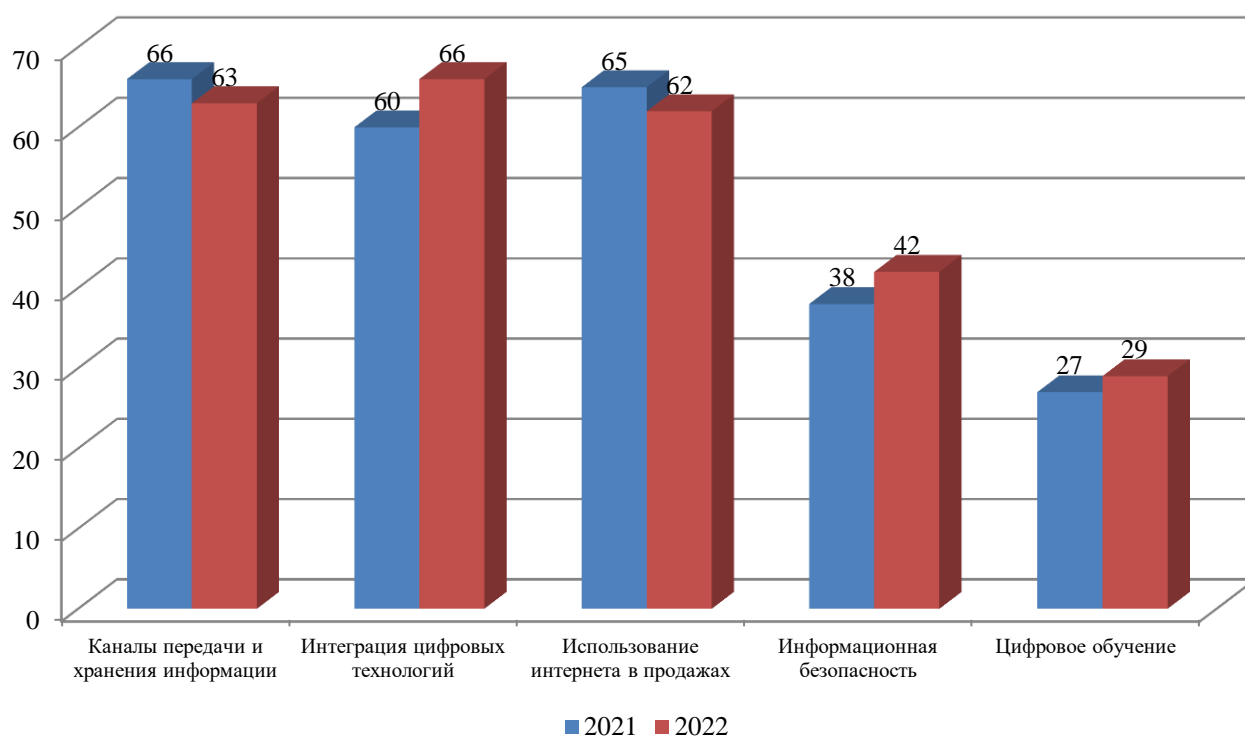


Рис. 2. Частные индексы цифровизации малого и среднего бизнеса в 2021-2022 гг., %

Цифровизация – ключевой фактор конкурентоспособности малого и среднего бизнеса. Она позволяет оптимизировать затраты на ведение предпринимательской деятельности, упрощает процесс взаимодействия с клиентами и контрагентами, открывает доступ к новым рыночным нишам, обеспечивает устойчивое развитие и рост компаний. При этом следует учитывать, что цифровизация – это процесс обоснованный и необходимый для конкретного бизнеса, а не слепое следование современным тенденциям цифровой экономики.

Список источников

1. Цифровая экономика: 2024 : краткий статистический сборник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://ai.gov.ru/knowledgebase/infrastruktura-ii/2024_cifrovaya_ekonomika_kratkiy_statisticheskiy_sbornik_2024_vshe/ (10.05.2024).
2. Индекс цифровизации малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/bank-otkrytie-indeks-tsifrovizatsii-malogo-i-srednego-biznesa/> (12.05.2024).

© К.В. Русакова, 2024

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 мая 2024 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 16.05.2024.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 8,0

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 июня	XVIII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	МК-2047
5 июня	XIV Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ	120 руб. за 1 стр.	МК-2048
5 июня	VII Международная научно-практическая конференция ОБРАЗОВАНИЕ, ВОСПИТАНИЕ И ПЕДАГОГИКА: ТРАДИЦИИ, ОПЫТ, ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2049
5 июня	XVII Международная научно-практическая конференция ЮРИСПРУДЕНЦИЯ, ГОСУДАРСТВО И ПРАВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ	120 руб. за 1 стр.	МК-2050
5 июня	IV Международная научно-практическая конференция Трибуна молодых учёных	120 руб. за 1 стр.	МК-2051
7 июня	VIII Международная научно-практическая конференция НАУЧНЫЙ ФОРУМ	120 руб. за 1 стр.	МК-2052
7 июня	VI Международная научно-практическая конференция МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ 2024	120 руб. за 1 стр.	МК-2053
10 июня	XIV Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2054
10 июня	XXXIX Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2055
12 июня	XI Международная научно-практическая конференция НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2024	120 руб. за 1 стр.	МК-2056
12 июня	Международная научно-практическая конференция ЛУЧШИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	120 руб. за 1 стр.	МК-2057
15 июня	XXXIX Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	МК-2058
15 июня	Международная научно-практическая конференция НАУКА, ОБЩЕСТВО, ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2059
15 июня	XXI Международная научно-практическая конференция СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	120 руб. за 1 стр.	МК-2060
15 июня	VII Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2061
15 июня	VII Международная научно-практическая конференция ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2062
15 июня	VII Международная научно-практическая конференция ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2063
17 июня	Международная научно-практическая конференция НАУКА СЕГОДНЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	120 руб. за 1 стр.	МК-2064
17 июня	XV Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ	120 руб. за 1 стр.	МК-2065

www.naukaip.ru