



**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Г. В. ПЛЕХАНОВА»**

***«Современная торговля:
теория, практика, инновации»***

**Материалы X Всероссийской (с международным участием)
научно-практической конференции**

24 октября – 1 ноября 2022 г.

Пермь 2022

Главный редактор: Е. В. Гордеева
Ответственные за выпуск: Л. А. Горбунова, Т. А. Мазунина

Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы X Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (24 октября – 1 ноября 2022 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. - 318 с.

В сборнике представлены материалы X Всероссийской научно-практической конференции «Современная торговля: теория, практика, инновации», проходившей в Пермском институте (филиале) «Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова» 24 октября – 1 ноября 2022 года, заслушанные в ходе работы секций, круглых столов и пленарного заседания.

Сборник содержит результаты исследований, в которых рассматриваются вопросы российского предпринимательства, развития торговли и импортозамещения в условиях международной нестабильности, повышения финансово-экономической устойчивости предприятий, актуальные вопросы товароведения, общественного питания, цифровизации и воспитания студентов экономических специальностей.

Материалы рассчитаны на научных и практических работников, преподавателей высших и средних учебных заведений, аспирантов и докторантов и всех интересующихся вопросами торговли и цифровой экономики.

СЕКЦИЯ I. СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Vostrova Anna Petrovna

*Candidate of economic sciences, associate professor
Ivanovo branch of Plekhanov Russian University of Economics, Ivanovo*

Kireeva Marina Mikhailovna

*Candidate of economic sciences, associate professor
Ivanovo branch of Plekhanov Russian University of Economics, Ivanovo*

Smirnova Anna Nikolaevna

*Candidate of philology sciences, associate professor
Ivanovo branch of Plekhanov Russian University of Economics, Ivanovo*

СТАНОВЛЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Аннотация: переход на инновационное развитие российской экономики, а также необходимость нивелирования потерь разного характера из-за политического и экономического кризисов ставят перед органами власти страны всех уровней определённые задачи, связанные с совершенствованием подходов к научно-технической и инновационной деятельности, как на общенациональном, так и на уровнях субъектов Российской Федерации. Актуальность темы настоящей статьи обусловлена тем, что развитию малого инновационного предпринимательства уделяется всё больше внимания. Выявление проблем в сфере становления и развития малого инновационного предпринимательства является особенно актуальными в современной России, поскольку значительная часть трудностей и препятствий на пути становления и развития российского малого предпринимательства лежит за рамками самой сферы малого предпринимательства. Создаются соответствующие структуры в форме бизнес-инкубаторов, способствующие развитию малого инновационного предпринимательства, и способствующие решению задач инновационной стратегии Российской Федерации на современном этапе.

Ключевые слова: предпринимательство, инновации, малый бизнес, экономика, бизнес-инкубатор.

PROSPECTS FOR THE ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

Abstract: the transition to innovative development of the Russian economy, as well as the need to offset losses of various kinds due to political and economic crises, pose certain tasks to the authorities of the country at all levels related to improving approaches to scientific, technical and innovative activities, both at the national and at the levels of the subjects of the Russian Federation. The relevance of the topic of

this article is due to the fact that more and more attention is being paid to the development of small innovative entrepreneurship. Identification of problems in the sphere of formation and development of small innovative entrepreneurship is especially relevant in modern Russia, since a significant part of the difficulties and obstacles to the formation and development of Russian small entrepreneurship lies outside the scope of the sphere of small entrepreneurship itself. Appropriate structures are being created in the form of business incubators that promote the development of small innovative entrepreneurship and contribute to solving the tasks of the innovation strategy of the Russian Federation at the present stage.

Key words: entrepreneurship, innovation, small business, economy, business incubator.

Currently, Russia faces the most important task - building an innovative economy. The state is developing a mechanism to support the innovative activities of small enterprises. At the same time, the key problems of existing mechanisms to support the development of small innovative entrepreneurship are the lack of a well-formed state innovation policy, inconsistency at the regulatory and legislative level of the goals, objectives and functions of management bodies, the lack of specific support mechanisms within the framework of innovation development programs and their declarative nature, as well as the lack of criteria reflecting the effectiveness of innovative activities of MIP.

Currently, the main problem in the management of the innovation sphere in Russia is the inability to turn intellectual potential into assets capable of effective circulation in the world markets of knowledge and high technologies.

Such authors as Mikitas A. V., Prodchenko I. A., Yumatov M. S. have contributed to the study of various processes of small enterprises functioning, including their innovative development and role in the economy. [4], Kireeva M. M. [2, 6], Romanovich L. G. [5], Roşcovanu E. [5], Smirnova A. N. [7], Vinokurova M. [5] and others.

The territorial innovation infrastructure is not sufficiently developed and the level of innovation activity in Russia is not high enough, as evidenced by the indices of innovative development and global competitiveness. In the development of innovation infrastructure, in addition to its direct participants, other interests from

other stakeholders can be distinguished, for example: mining enterprises, scientific and technical intelligentsia, employees of the high-tech sector, banking structures, etc.

At the same time, the State Program «Scientific and technological development of the Russian Federation until 2030» was considered in the Russian Federation. The goal of which is the formation of a competitive and effectively functioning R&D sector and ensuring its essential role in the processes of technological modernization of the Russian economy. At the regional level, appropriate programs of economic and innovative development are adopted, where the corresponding goals of strategic development, including business, are outlined. Innovation has become a key driver of more productive economic growth [3, p. 141].

In the constituent entities of the Russian Federation, the role of business incubators in the development of the economy and social sphere is increasingly being realized. Firstly, these structures contribute to the growth of the number of small enterprises. Secondly, they solve the problem of employment of the population. Thirdly, by creating a business incubator of a certain type, it is possible to provide assistance to small enterprises whose activities correspond to the priorities of the region.

If we analyze the level of support for small innovative businesses in Russia, over the past ten years, some Russian regions have made significant progress in creating their own innovation systems and infrastructure to support innovative entrepreneurship, where there are all or almost all the necessary elements.

Currently, there are more than 50 technoparks operating in 25 regions of the Russian Federation, therefore, a territorial business incubator can be considered as an integral element of the innovation infrastructure of the subjects of the Russian Federation in the form of an organization.

The experience of functioning of business incubators in the regions adjacent to the Ivanovo region is noteworthy. If we take the Vladimir Region as an example, there are currently 37 enterprises in this business incubator. Basically, these small innovative businesses specialize in IT technologies, services and consulting services,

and these enterprises are now functioning quite successfully. A business incubator on the territory of the Kostroma region, as residents of this business incubator are enterprises of non-tech-intensive industries. A business incubator on the territory of the Yaroslavl region, at the time of writing there were 17 enterprises in it, which are mainly aimed at those areas of activity that are advanced specifically for the Yaroslavl region. These are chemistry, petrochemistry, instrumentation, mechanical engineering.

The Ivanovo region remains almost the only region in the Central Federal District where there is no territorial business incubator. In this context, the territorial business incubator will help to correct the current situation with the unemployment rate in the region, increase tax revenues to the budget, etc.

In addition, there are such organizational forms of innovation infrastructure as industrial parks and special economic zones. But the main difference between a business incubator is that they are elements of a long-term strategy for the economic development of the region, it is one of the tools for actively promoting the development of a market economy at the regional level, as they create favorable conditions for successful business for aspiring entrepreneurs at a difficult initial stage of work.

Thus, currently in Russia, territorial business incubators are a powerful lever, a management tool and not only in the region. If we analyze more than 200 business incubators, we can conclude that the incubator not only generates, but also gives a vector for the development of small innovative business as a whole.

And small business occupies its own specific niche in the national economy. Therefore, the business incubator should not be considered as an isolated tool, but a complex of economic, political, financial, informational, moral, and many other factors that will give impetus to the development of small business as a whole. This is the combination of approaches to economic dynamics and the development of small business as the most important fundamental sector of the modern innovative economy.

Список литературы:

1. Вострова, А. П. Развитие малого инновационного бизнеса в России через формирование территориальных бизнес-инкубаторов: специальность 08.00.05: автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук / Вострова Анна Петровна. – Ярославль, 2015. – 24 с. – EDN CORKZR.

2. Киреева, М. М. Состояние и проблемы развития малого предпринимательства в Ивановской и соседних областях / М. М. Киреева // Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития: Сборник статей по материалам научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова в рамках Второго межрегионального экономического форума с международным участием, посвященного 110-летию РЭУ им. Г. В. Плеханова «Плехановская весна», Иваново, 14–20 апреля 2017 года. – Иваново, 2017. – С. 31-36.

3. Маркелова, А. П. Развитие малого инновационного предпринимательства в России / А. П. Маркелова // Интеграл, 2013. – № 1-2. – С. 141. – EDN QCNLST.

4. Микитась, А. В. Совершенствование инструментов Фонда содействия инновациям по развитию малого инновационного предпринимательства / А. В. Микитась, И. А. Продченко, М. С. Юматов // Инновации, 2020. – № 3 (257). – С. 19-22.

5. Романович, Л. Г. Международный опыт стимулирования инновационной деятельности в системе малого предпринимательства / Л. Г. Романович, Е. Рошковану, М. Винокурова. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, 2010. – 150 с.

6. Vostrova, A. P. Current development challenges small innovative business in Russia and ways of overcoming them / A. P. Vostrova, M. M. Kireeva, A. N. Smirnova // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке : Материалы IX Международной научно-практической конференции, Пермь, 15–24 ноября 2021 года / Материалы опубликованы в авторской редакции. – Пермь: Пермский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, <http://rea.perm.ru>, 2021. – Р. 160-164. – EDN HSQEGI.

7. Смирнова, А. Н. Образовательный кластер как синергетическая составляющая экономики / Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы. Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, 2019. - С. 75-78

Гурская Светлана Петровна
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического университета потребительской
кооперации, г. Гомель

Михарева Валентина Алексеевна
кандидат экономических наук, доцент
Гомельского государственного технического университета
им. П. О. Сухого, г. Гомель

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: в статье рассмотрены возможности предпринимательства и его значимость для повышения конкурентоспособности государства. Также определены и проблемы в развитии предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, деловая среда, конкурентоспособность.

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Abstract: the article considers the possibilities of entrepreneurship and its importance for increasing the competitiveness of the state. Problems in the development of entrepreneurship are also identified.

Key words: entrepreneurship, business, business environment, competitiveness.

В условиях глобальной конкуренции важнейшим фактором устойчивого развития национальной экономики является формирование механизмов, обеспечивающих взаимодействие и сотрудничество малых, средних и крупных предприятий. Особую актуальность такой подход имеет в ситуации, которая сложилась в последнее время. По сравнению с ситуацией до начала пандемии и введения санкций, экономическое и финансовое положение предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь ухудшилось, выросла неопределённость в бизнесе, ужесточилась конкуренция на основных рынках, усложнился вход на рынок для новых компаний.

Проведённые нами исследования показали, что в сфере малого и среднего предпринимательства на протяжении последних лет не изменилась тенденция по занятости различными видами экономической деятельности: так наблюдается тенденция «от производства – к консультационным услугам» и

неравномерное распределение субъектов МСП по территории страны [2]. Следует отметить, что на протяжении многих лет малый и средний бизнес Беларуси показывал свою способность адаптироваться к разным кризисным ситуациям, однако возможности бизнеса явно ограничены.

Большая часть МСП констатировала регресс по большинству направлений, характеризующим условия ведения бизнеса в стране. Наиболее значимыми барьерами для этого оказались «изменчивое законодательство, высокие ставки налогов и процентные ставки» [3].

С одной стороны, принято значительное количество законодательных актов, которые рассматривают развитие малого и среднего предпринимательства как движущую силу устойчивого развития страны. Одним из критериев достижения данной цели должен стать рост удельного веса малых и средних, а также микроорганизаций в общем объёме валового продукта до 50 % в 2030 году [4, с. 87]. С другой стороны, развитию предпринимательства способствует достаточно широкая сеть субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, которая включает 133 центра поддержки предпринимательства и 23 инкубатора малого предпринимательства [5]. *И как показала практика, сотрудничество бизнеса и государства позволяет вырабатывать эффективные меры управления экономикой.*

Выделим неотъемлемую часть благоприятного делового климата, особенно в условиях глобального мирового кризиса, это высокое качество государственного управления. Для подтверждения такого вывода мы использовали результаты опроса, который был проведён Республиканской конфедерацией предпринимательства (РКП) в начале 2022 года с целью определения индекса «делового оптимизма» на основе опроса 120 тысяч владельцев, руководителей бизнеса и ИП. Результаты показали, что индекс делового оптимизма снизился с - 0,19 до - 0,23 – то есть на 0,04, что является самым низким по значению за всё время ведения исследований (17 лет) [6]. На основе проведённого исследования состояние бизнеса можно характеризовать

как переходное между «умеренным скептицизмом» и «устойчивым пессимизмом», то есть между стратегией «выжидания» и стратегией «выживания» [6]. Так, на вопрос, как изменились общие условия ведения бизнеса за последний год, большинство респондентов ответили негативно: 26 % - «значительно ухудшились», 30 % – «несколько ухудшились». Лишь 19 % предпринимателей удовлетворены диалогом бизнеса и власти [6].

Мы согласны с тем, что наиболее проблемными вопросами ведения бизнеса для белорусских предпринимателей являются дорогие кредитные ресурсы, неравенство форм собственности, избыточные административные процедуры, отсутствие стабильности в экономике, монополизм, высокие арендные ставки. К сожалению, данные проблемы практически повторяются из года в год и соответственно 2021 год и первое полугодие 2022 года можно рассматривать как время упущенных возможностей для МСП Республики Беларусь (впрочем, как и предыдущие годы) [2].

На основании проведённого нами анализа можно выделить ряд основных проблем, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.

В первую очередь следует отметить формальность диалога бизнес сообщества и власти. Позитивные результаты деятельности рабочих групп часто корректируются министерствами и ведомствами и отчасти *традиция совместных с деловым сообществом обсуждений законопроектов о предпринимательской деятельности сведена к минимуму*. Однако белорусский бизнес всё ещё не теряет надежды быть услышанным, готовится документ, который будет содержать предложения представителей всего делового бизнес-сообщества Беларуси по улучшению делового климата в стране - «Национальная платформа бизнеса Беларуси-2022».

Соответственно необходима активизация диалога государства и бизнеса, более эффективное использование имеющихся форм взаимодействия. Выработка форм и механизмов поддержки перспективных направлений и видов частной инициативной деятельности, обеспечивающих долговременный эффект

как для предпринимателей, так и для экономики региона и страны в целом. Мы согласны с тем, что необходимо активное внедрение кластерной модели развития экономики, так как кластер принципиально изменяет подходы к планированию, прогнозированию, к эффективности в целом, о чём свидетельствует мировой опыт. Следует отметить, что для обеспечения условий по формированию кластеров в Республике Беларусь требуется формирование и реализация системы мер по ускоренному развитию предпринимательства в отраслях промышленности, торговле, сфере обслуживания и научно-техническом комплексе, расширение сферы аутсорсинга.

Активизация диалога государства и бизнеса, по нашему мнению, должна включать внедрение специальных механизмов государственной финансовой поддержки, в том числе для стимулирования разработки и реализации перспективных проектов по формированию сетевых структур с участием субъектов малого и среднего предпринимательства, научных и исследовательских учреждений, предпринимательских союзов.

Следует также отметить необходимость развития новых подходов к развитию предпринимательства, в частности - это поиск новых рынков, изменение структуры бизнеса, построения новых логистических схем поставок и сбыта продукции, связанных с внешним санкционным давлением и встречными ограничительными мерами.

Список литературы:

1. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.gov.by/analytics/> (дата обращения: 26.10.2022).

2. Гурская, С. П. Состояние и перспективы развития предпринимательства в Республике Беларусь. Материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24 ноября 2021 г.) / С. П. Гурская, В. А. Михарева. Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 165-170.

3. Малый и средний бизнес стал «ужиматься» [Электронный ресурс]. URL: <https://ilex.by/malyj-i-srednij-biznes-stal-uzhimatsya/> (дата обращения: 26.10.2022).

4. Национальная стратегия устойчивого социально экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года / Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - № 4, 2015. - С. 86-87.

5. Субъекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь на 09.09.2022 [Электронный ресурс]. URL: https://economy.gov.by/ru/sub_inf_pp-ru (дата обращения: 25.10.2022).

6. Республиканская конфедерация предпринимательства. «Индекс делового оптимизма» предпринимателей Беларуси. Семнадцатый этап, 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.by/analitika/indeks-delovogo-optimizma-v-belarusi-opustilsya-na-dno> (дата обращения: 26.10.2022).

Желиба Борис Николаевич
доктор экономических наук, профессор
Минского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Минск

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛАРУСИ

Аннотация: анализируется влияние санкций Запада на белорусскую экономику. Показываются потери, которые несут предприятия в Беларуси, вследствие наложенных санкций. В первую очередь – это потери в валютной выручке, которые понесли такие ведущие предприятия-экспортёры, как «Беларуськалий», нефтеперерабатывающие заводы, БМЗ, МТЗ, МАЗ и другие. Вскрываются конкретные причины этих потерь – отсутствие приемлемой логистики для экспорта, отказ западных покупателей от белорусской продукции, отказ от поставок западными компаниями комплектующих. В результате на предприятиях снижаются зарплаты, сокращается персонал. Отражены действия белорусского правительства по нейтрализации влияния санкций.

Ключевые слова: экономические санкции, экспорт, валютная выручка, логистика, реальные доходы, обменный курс, торговые партнёры.

IMPACT OF SANCTIONS ON FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF BELARUS

Abstract: the impact of Western sanctions on the Belarusian economy is analyzed. The losses incurred by enterprises in Belarus as a result of the imposed sanctions are shown. First of all, these are losses in foreign exchange earnings suffered by such leading exporting enterprises as Belaruskali, oil refineries, BMZ, MTZ, MAZ and others. The specific reasons for these losses are revealed - the lack of acceptable logistics for export, the refusal of Western buyers from Belarusian

products, the refusal to supply components by Western companies. As a result, wages are being reduced at enterprises, and staff is being reduced. The actions of the Belarusian government to neutralize the impact of sanctions are reflected.

Key words: economic sanctions, exports, foreign exchange earnings, logistics, real incomes, exchange rate, trading partners.

Как бы не ухудшалась из-за санкций внешнеэкономическая конъюнктура, экономика Беларуси всегда будет оставаться открытой. Потому и настораживают данные статистики, которые показывают, что за первые шесть месяцев текущего периода по сравнению с аналогичным периодом прошлого года внешнеторговый оборот страны существенно сократился. Так, за полгода внешнеторговый оборот товаров и услуг снизился на 5,4 %. Экспорт товаров уменьшился на 2,8 %, а услуг – на 9,3 %. Но ещё более заметно упал импорт. По товарам – на 5,5 %, по услугам – на 15,3 %. Зато, нет худа без добра: благодаря такой динамике, традиционное отрицательное для Беларуси сальдо по товарам превратилось в положительное (83,1 млн долларов), а вот всегда положительное сальдо по услугам против января-июня прошлого года снизилось на 2,1 % до 2,2 млрд долларов [1].

Санкции Запада на экономику Беларуси и России сыплются как из рога изобилия. Хотя внешне в жизни белорусов каких-либо изменений в худшую сторону вроде бы пока и не ощущается. Все товары первой необходимости в магазинах налицо, особого дефицита нет. Курс белорусского рубля стабилизировался, снизившись до «довоенных» значений. Российский рубль укрепился ещё больше. Но явно тревожит инфляция. Цены разгоняются, реальная зарплата не растёт, а у некоторых людей, занятых на производстве, не растёт и даже снижается и номинальная зарплата. Чтобы узнать, что «день грядущий нам готовит», подведём определённые итоги уже имеющихся потерь белорусской экономики, и дадим свои предположения на ближайшее будущее.

В хронологической последовательности одними из первых попали под санкции пассажирский перевозчик «Белавиа», а вместе с ним и «Белаэронавигация». Белорусским самолётам запретили летать в страны Евросоюза, а европейским - над Беларусью. Пролёты над Беларусью

обеспечивает «Белаэронавигация», за что транзитные воздушные суда платят десятки миллионов долларов. После введения санкций «Белавиа» потеряла половину своего парка самолётов, оставшись с 15 лайнерами. Вернуть суда потребовала Ирландская компания-лизингодатель. Россия на таких же основаниях потеряла свыше 70 самолётов. Оставшиеся, также взятые в лизинг, она национализировала. Ранее прибыльная «Белавиа» стала убыточной. Вероятный воздушный урон - сотни миллионов долларов. Не обошлось, конечно, и без сокращения персонала.

Для «Беларуськалия» объявленный бойкот со стороны норвежской компании Yara, закупавшей 10-15 % продукции, не выглядел критичным. Но с февраля Литва отказалась принимать через порт Клайпеды на перевалку на морские суда белорусские удобрения. 80 % экспорта хлоркалия направлялось основным покупателям - Бразилии, Китаю и Индии - через Клайпеду. Альтернативной приемлемой логистики доставки им удобрений на сегодня не существует. Отказала в отгрузке и украинская Одесса. Российский порт в Мурманске, способный переваливать сыпучие грузы на суда, занят под удобрения российского «Уралкалия». Строить подобный терминал в районе С.-Петербурга долго и это потребует немалых капиталовложений. «Беларуськалий» экспортировал ежегодно хлоркалия на 2,5 млрд долларов. Сейчас на предприятии почти нет отгрузки продукции, на рудниках объявлен внеплановый ремонт. Неполные зарплаты выплачиваются, очевидно, за счёт предыдущих финансовых накоплений. Молодые рабочие активно ищут дополнительный заработок.

Два нефтеперерабатывающих белорусских завода работают сегодня вполсилы в основном на потребности внутреннего рынка. Продажа нефти и нефтепродуктов в страны ЕС приносила Беларуси более 1 млрд долларов. В начале года Беларусь ещё использовала Эстонию для обхода санкционных ограничений. Но эту лазейку прикрыли. Хуже всего получилось с поставками нефтепродуктов в Украину. Туда Беларусь, а это главным образом Мозырьский НПЗ, поставляла нефтепродукты на более чем 2 миллиарда долларов.

Украинский рынок для нас был наиболее маргинальным. Военные действия России в Украине, которые шли и с территории Беларуси, естественно, закрыли южное направление экспорта.

Премьер-министр Беларуси Р. Головченко заявил, что экспортная продукция БМЗ (Белорусского металлургического завода), МТЗ, МАЗа на сумму 1,5 млрд долларов, которую планировали отгрузить в Украину, а также в страны ЕС и США, будет перенаправлена в Россию и на рынки других стран. На БМЗ в мае из-за простоев на несколько дней отправляют работников в отпуск за свой счёт, а в остальное время - неполная рабочая занятость и привлечение к работам, не связанных с прямой специализацией. Россия, чтобы поддержать БелАЗ, согласилась закупить 20 самосвалов для нужд Сибири и Дальнего Востока. Однако БелАЗ испытывает недостаток и отсутствие западных комплектующих, которые прекратили поставлять на предприятие. К примеру на БелАЗе прекратили собирать особо большегрузные карьерные самосвалы, мощнейшие моторы к которым поставлялись компаниями США и Великобритании.

Машиностроительные предприятия в январе-июне 2022 года произвели и сбыли продукции на 15-35 % меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Ни одно из крупных машиностроительных предприятий Беларуси за этот период не получило прибыли. Только «Минский завод колесных тягачей» приблизился к самоокупаемости (возможно, это связано с выросшим спросом на запчасти для военной техники). Прямо пропорционально за отчётный период упали и реальные доходы работников данных предприятий. Так реальный доход работников «Белшины» упал в среднем на 12,7 %, работников «Могилевлифтмаша» - на 14,1 %, рабочие МАЗа стали зарабатывать меньше на 11 %. Рекордсменами же по потере реальных доходов стали рабочие станкостроительной отрасли. Рабочие «ВиСтана» получают меньше на 18 %, а МЗАЛа (Минский завод автоматических линий) на 22 % [2].

ЕС ввёл против Беларуси новые секторальные санкции, в частности, против деревообрабатывающей промышленности. Вице-премьер Ю. Назаров

заявлял, что экспорт продукции деревообработки в страны ЕС в 2021 году достиг 3,2 млрд долларов, и что разорвать налаженные связи с потребителями в один момент будет сложно: «Да есть проблемы с логистикой». Президент А. Лукашенко настроен более оптимистично: «Древесина – это ценнейший ресурс для нашей страны. Какие бы санкции против нас не вводили, древесины в мире недостаточно. Не мытьём, так катаньем – её будут просить, покупать». Уже закрывается австрийский «Кронспан», производящий древесную продукцию. Скептики предрекают в июне сильное сокращение выпуска древесной продукции, особенно поставляемой на экспорт. В лесхозах страны работают порядка 30 тысяч человек, в частной и государственной деревопереработке – ещё тысяч 60. Ключевая особенность названных отраслей в том, что они дают работу людям на периферии. Как пишут те же СМИ, некоторые предприятия деревообработки работают неполную рабочую неделю. Например, в Борисовском лесхозе, который большую часть древесной продукции поставлял на экспорт, с середины марта много что встало, склад переполнен.

У многих белорусских предприятий растут сверхнормативные остатки готовой продукции на складах. Уровень складских запасов по отношению к среднемесячному производству увеличился с 56,8 % годом ранее до 71,7 % в нынешнем году. Не располагая требуемой выручкой, предприятия залазят в кредиты на текущую деятельность, собственные оборотные средства вымываются [3].

Как результат, закредитованность предприятий поднимает кредитную эмиссию банков и увеличивает рублёвую массу в экономике. К июню месяцу она выросла на 23,8 % - наиболее быстрый прирост за 28 месяцев. Быстрее всего в ней растут наличные деньги: порядка 34 %. Отсюда годовая инфляция по июлю достигла 18,1 % против 9,8 % в июле 2021 года. Из этого следует, что Нацбанк Республики Беларусь всю разогрел «печатный станок», идёт явное размягчение до недавнего времени жёсткой денежно-кредитной политики [2].

Одна из последних санкций против Беларуси - запрет белорусским автомобильным грузоперевозчикам работать на территории ЕС. Минск ответил зеркальными ограничениями, но, так или иначе, потери белорусских транспортных компаний оцениваются в сотни миллионов долларов. По данным СМИ до 90 % из них пока встали. Проблему хотят решить путём перегрузки товаров на другие фуры или перецепом тягачей. Названные ограничения, по сути, лишают Беларусь огромного преимущества – географического положения. Транзит между Западом и Востоком приносил порядка 2 миллиардов долларов. Отсутствие грузоперевозок напрямую затрагивают белорусские предприятия. По данным Министерства труда и социальной защиты населения, в марте-апреле в стране был отмечен большой рост простоев и вынужденной неполной занятости. Глава ведомства И. Костевич считает, что высококвалифицированные рабочие, на профессионализме которых держалось абсолютно каждое предприятие, должны перейти к участию в сезонно-полевых работах. Такая практика как в былые мрачные времена может иметь место. К примеру, «Брестгазоаппарат» (торговая марка Gefest), известное предприятие в Беларуси, использует импортные комплектующие, запасы которых иссякают. И рабочие начинают гадать, что их ждёт во время простоя.

Выше перечисленные негативные последствия санкций против Беларуси, влекущие потери миллиардов долларов, далеко не все. Сюда можно отнести и релокацию из страны IT-компаний, исход из Беларуси высококлассных специалистов и другие. Премьер Р. Головченко неоднократно заявлял, что правительство вынашивает антисанкционные планы, предпримет все меры, чтобы смягчить последствия санкций. Так, по договорённости с Россией отложены на 5-6 лет выплаты Беларуси по госдолгу, ослаблены таможенные ограничения. Но правительство далеко не всесильно. Так или иначе, последствия санкций почувствует каждый из белорусов. Пожалуй, самым чутким индикатором на этот счёт является валютный курс белорусского рубля. С начала года золотовалютные резервы страны снизились на 600 млн долларов.

В ответ на западные санкции правительства России и Беларуси призвали проводить расчёты в ЕАЭС в большей мере в национальных валютах. Примером этому может служить договорённость между Беларусью и Россией о том, чтобы Беларусь расплачивалась за поставляемый российский газ российскими рублями. Открытым остаётся вопрос достаточно ли будет у белорусских покупателей российских рублей, которые предприятия-экспортёры страны получают соответственно от российских импортёров. Общеизвестно, что основные экспортные белорусские товары, поставляемые в Россию – это молочные и мясные продукты. От всего их экспорта 97 % идёт российскому потребителю. Поставки природного газа из России в Беларусь в стоимостном выражении значительно более объёмные.

По оценке Минэкономики в январе-августе ВВП Беларуси упал примерно на 4,7 %. Белорусские предприятия переориентируют свои товарные потоки с Запада на Россию, Китай, страны ЕАЭС. К примеру, рекордно вырос экспорт белорусских товаров в Россию в июне и составил более 2 млрд долларов, что на 48,4 % выше июня прошлого года, а импорт товаров сократился на 1,5 %. Это сделало традиционное отрицательное сальдо торговли с Россией положительным. Если в июне прошлого года белорусы наторговали с россиянами на минус 512,3 млн долларов, то в нынешнем июне вышел плюс 179,6 млн долларов. Удельный вес России в экспорте товаров из Беларуси стал рекордным – 64,3 %, а в импорте – 66,3 %. Сравните: ещё в январе эти показатели были соответственно 37,8 % и 59,6 %. Следовательно, зависимость белорусской экономики от российского рынка стала тотальной [3].

Потери в экспорте, в валютной выручке, от прекращения западными партнёрами поставок важной продукции для белорусских предприятий – очевидны. Само белорусское правительство оценивает их до 15-16 млрд долларов. Экономическими властями страны предпринимаются меры по смягчению негативных последствий санкций, помощь в этом отношении Беларуси оказывает Российское правительство. Большое значение в этом отношении будет иметь переход России и Беларуси на расчёты во

внешнеэкономической деятельности на национальные валюты. Торговля в рамках ЕАЭС в национальных валютах сегодня выглядит интересным ходом именно как политическое решение, но которое имеет пока ситуативный характер. В ответ на экономические и политические санкции Запада Россия, по сути, объявила войну, в первую очередь доллару, как главной мировой валюте. И не безрезультатно. Доля доллара в золотовалютных резервах многих государств медленно, но не уклонно сокращается. Но доллары и евро потому и называются мировыми или резервными валютами, что именно их в первую очередь накапливает большинство стран в своих центральных банках, так как именно эти валюты принимаются в уплату практически во всём мире. И, когда странам не достаёт национальной или любой другой валюты для платежей, разницу можно погасить резервными, свободно конвертируемыми валютами.

Список литературы:

1. Желиба, Б. Н. Геополитическая ориентация Беларуси и соседних стран: итоги экономического развития. Информационные и инновационные технологии в экономике и управлении. Серия монографий архитектурно-строительного и прикладного искусства. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2019. - С. 182-192.

2. URL: <https://infobank.by/infolineview/banki-nakonec-to-zagovorili-pro-sankcii/>

3. URL: <https://gazetaby.com/post/posledstviya-sankciy-v-otnoshenii-belaruskix-vlas/179542/>

Зокирова Нодира Каландаровна

*доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой,
Председатель Совета по науке и инновациям
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Ташкент*

Ашурзода Луиза Мухтаровна

*PhD, старший преподаватель
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Ташкент*

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА ВНЕШНЕЙ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: в статье рассмотрены современные процессы трудовой миграции и противоречия, связанные с этим. Раскрыт опыт создания в

Узбекистане института поддержки внешней трудовой миграции, который объединяет различные государственные и общественные структуры.

Ключевые слова: неформальная занятость, рынок труда, трудовая миграция, трудоустройство.

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR EXTERNAL LABOR MIGRATION IN UZBEKISTAN

Abstract: the article considers the modern processes of labor migration and the contradictions associated with it. The experience of creating in Uzbekistan an institution to support external labor migration, which brings together various state and public structures, is revealed.

Key words: informal employment, labor market, labor migration, employment.

Социально-экономические процессы, сопровождающие развитие любой страны, сегодня имеют сложную структуру и трансформируются не только под влиянием внутренних демографических тенденций, но и внешней трудовой миграции. Так, например, по данным Росстата миграционный прирост в России по итогам 2021 года составил 429 902 человек за счёт международной миграции, из них только со странами СНГ – 395 845 человек в городской и сельской местности (таблица 1) [7].

Таблица 1

Международная миграция Российской Федерации

Страны	Городская и сельская местность		
	Число прибывших	Число выбывших	Миграционный прирост
Всего по всем странам	667 922	238 020	429 902
в том числе:			
<i>Страны СНГ</i>	<i>606 190</i>	<i>210 345</i>	<i>395 845</i>
Азербайджан	35 209	11 550	23 659
Армения	70 078	24 843	45 235
Беларусь	23 120	7 696	15 424
Казахстан	72 668	24 351	48 317
Кыргызстан	61 101	18 552	42 549
Молдова, республика	27 248	11 104	16 144
Таджикистан	126 840	30 231	96 609
Туркменистан	10 449	3 219	7 230
Узбекистан	56 808	20 799	36 009
Украина	122 669	58 000	64 669

Составлено по источнику [7]

Для Узбекистана внешняя трудовая миграция, прежде всего, является экспортом рабочей силы. Так по официальным данным Госкомстата Узбекистана трудовые мигранты предпочитают такие направления как Россия – 61,5 % мигрантов и Казахстан – 16,9 %. Менее популярны для экономически активных соискателей рабочих мест Турция – 6,1 %, Южная Корея – 2 %, ОАЭ - 0,8 %. Из общей численности трудовых мигрантов Узбекистана мужчины составляют 75,9 %. Более 50 % предпочитают работать в строительстве, 12,3 % - в сельском хозяйстве, около 9 % в промышленности и 8,5 - в торговле.

Министерство занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан опубликовало данные об одном миллионе восьмистах тысячах выехавших в другие страны трудовых мигрантов за первое полугодие 2022 года, что на 20 % выше, чем общий итог 2021 года. Из них трудоустроились в России 63,7 %. При этом почти 60 % из них не планируют бросать работы и возвращаться домой, несмотря на происходящие под влиянием санкций трансформации рынка труда России.

Европейский банк Реконструкции и развития, оценивая финансовые аспекты констатировал, что денежные переводы трудовых мигрантов, работающих в российской экономике, по-прежнему занимают весомую долю в ВВП Узбекистана – 11,4 %. В среднем ежемесячно один трудовой мигрант осуществляет перевод в сумме 453 доллара США.

Позитивной тенденцией является содействие трудовой миграции со стороны государственных регулирующих органов. Постановлением Президента Республики Узбекистан от 01.03.2022 № ПП-149 «О дополнительных мерах по поддержке граждан Республики Узбекистан, осуществляющих временную трудовую деятельность за рубежом, и членов их семей». Целью данного документа является обеспечение безопасности и защиты прав трудовых мигрантов, обучение их рабочим профессиям до выезда за рубеж, социальная, правовая и информационная поддержка не только самих трудовых мигрантов, но и их семей. Постановление также предусматривает создание Агентства

внешней и трудовой миграции при Министерстве занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан. Агентство уже сегодня имеет свои представительства в регионах России, Турции и Казахстане [2].

В течение первого полугодия текущего года 2022 года на работу за рубеж отбыли 7 101 человек при содействии Агентства внешней трудовой миграции в зарубежных странах. Этот показатель официальной миграции в четыре раза меньше по сравнению с январём-июнем 2021 года – тогда через агентство за рубежом были трудоустроены 28,8 тысячи работников (всего в 2021 году – работу за рубежом получили почти 108,6 тысячи человек) [6]. При этом традиционно российские работодатели предоставляют наибольшее количество рабочих мест, но наметилась тенденция к падающей динамике, численность мигрантов за 2022 год сократилась в 5,7 раза. Резко иссяк поток желающих работать в Казахстане. При этом сформировались и развиваются новые направления трудовой миграции. Это Республика Корея, а также совершенно новые направления – Сербия и Германия. В этом направлении Агентство осуществляет активные переговоры, по итогам которых выявлено 71 169 вакансий за счёт привлечения 427 потенциальных работодателей и рекрутинговых агентств. В учебных центрах Министерства занятости освоили рабочие профессии 28 590 граждан. Официально получили работу в России 3 906 человек, в Казахстане – 53 человека, в Южной Корее – 2 687 человек, 31 человек в Германии, 410 человек в Сербии и в других страна – 14 человек [5].

В связи с растущими масштабами рынка труда Узбекистана и появлением новых возможностей трудоустройства в зарубежных странах актуализируется новый подход. Специалисты, работающие в этой системе, должны проходить аккредитацию в России, Турции и Казахстане как административно-технический персонал дипломатического представительства или консульства.

По каждому региону назначается по два высококвалифицированных представителя. Финансирование работы представительств осуществляется за счёт бюджетных средств. Деятельность представителей координируется

посольствами и консульствами Республики Узбекистан и осуществляется в зарубежных компаниях и университетах, в которых работают и учатся граждане Узбекистана.

Основной задачей представителей Агентства по внешней трудовой миграции является защита прав и интересов граждан, ограничение роста нелегальной занятости, содействие официальному трудоустройству и эффективное привлечение соотечественников, живущих в зарубежных странах к поддержке трудовых мигрантов. В этом направлении адресные меры предусмотрены для членов семей мигрантов, зарегистрированных в информационной системе «Единый реестр социальной защиты».

Таблица 2

География деятельности Агентства по внешней трудовой миграции при Министерстве занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан

№	Регионы, в которых учреждается должность представителя Агентства	Количество представителей
<i>Российская Федерация</i>		
1.	Тульская и Липецкая области	2
2.	Воронежская и Белгородская области	2
3.	Краснодарский край и Ставропольский край	2
4.	Волгоградская и Астраханская области	2
5.	Нижегородская и Костромская области	2
6.	Ханты-Мансийский автономный округ-Югра и Ямало-Ненецкий автономный округ	2
7.	Иркутская область и Республика Бурятия	2
8.	Амурская область и Хабаровский край	2
9.	Красноярский край и Кемеровская область	2
10	Пермский край и Удмуртская Республика	2
	Итого:	20
<i>Казахстан</i>		
1.	Туркестанская область (город Чимкент), Джамбульская и Кзыл-ординская области	2
	Итого:	2
<i>Турция</i>		
1.	Города Стамбул, Бурса, Измир и Анталья	2
	Итого:	2
Общее количество		24

Составлено по источнику [2]

Например, выделение единовременных материальных средств для членов семей трудовых мигрантов, зарегистрированных в системе «Labor-migration» на

приобретение медикаментов, инвалидных колясок и т. д., бесплатных путёвок в санатории пенсионерам, путёвок в сезонные лагеря детям. Активное участие в поддержке молодых людей, работающих за рубежом, оказывают Агентство по делам молодёжи, Министерство иностранных дел, Министерство занятости и трудовых отношений, Министерство по развитию информационных технологий и коммуникаций совместно с Союзом молодёжи Узбекистана. На электронной платформе «Ёшлар портал» сформирован «Баланс молодёжи за рубежом», гражданам, выезжающим за рубеж для осуществления легальной трудовой деятельности, с марта 2022 года предоставляются компенсации и микрозаймы на покрытие расходов, связанных со сдачей квалификационного экзамена, приобретением проездного билета и оформлением «рабочей визы» [3, 4].

Таким образом, системные меры по стимулированию внешней трудовой миграции в Узбекистане направлены на сокращение неформальной занятости и решение социальных проблем населения, укрепление стабильности и доверия в обществе, создание условий развития человеческого капитала и достижение целей развития Нового Узбекистана.

Список литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан Ш. М. Мирзиёева от 28.01.2022 № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы». URL: <https://lex.uz/ru/docs/5841077>

2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 01.03.2022 № ПП-149 «О дополнительных мерах по поддержке граждан Республики Узбекистан, осуществляющих временную трудовую деятельность за рубежом, и членов их семей». URL: <https://lex.uz/en/docs/5893255>

3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 30.07.2021 № ПП-5205 «О дополнительных мерах по поощрению граждан, выезжающих в организованную трудовую миграцию за рубеж». URL: <https://lex.uz/docs/5544376>

4. Постановление Президента Республики Узбекистан от 15.09.2020 № ПП-4829 «О мерах по внедрению системы безопасной, упорядоченной и легальной трудовой миграции». URL: <https://lex.uz/ru/docs/4997979>

5. Агентство внешней трудовой миграции обнародовало количество граждан, трудоустроенных за границей за 6 месяцев 2022 года. URL: <https://kun.uz/ru/news/2022/07/15/agenstvo-vneshney-trudovoy-migratsii-obnarodovalo-kolichestvo-grajdan-trudoustroyennyx-za-granitsey-za-6-mesyatsev>

6. Оргнабор мигрантов из Узбекистана в Россию. Источник: Интернет-издание «Газета.uz». URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2022/07/14/agency/>

7. Численность и миграция населения Российской Федерации. Информационно-аналитический бюллетень. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13283>

Золотова Людмила Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

Портнова Лидия Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Аннотация: в современных условиях субъектам малого бизнеса приходится быстро приспосабливаться к большому количеству изменений в сфере экономики. В статье проведён анализ динамики показателей, характеризующих численность и «рождаемость» предприятий малого бизнеса в Оренбургской области. На основе построенных трендов, сделаны выводы о тенденциях в динамике показателей состояния и развития малого бизнеса в Оренбургской области.

Ключевые слова: Россия, Оренбургская область, малое предпринимательство, пандемия, динамика, тенденция.

Abstract: in the face of modern challenges, small businesses have to quickly adapt to various kinds of changes in the economy. The article analyzes the dynamics of indicators characterizing the development of small business in the Orenburg region. Conclusions are drawn about trends in the dynamics of small business development indicators in the Orenburg region.

Key words: Russia, small business, pandemic, dynamics, trend.

В настоящее время малое предпринимательство способствует решению многих социально-экономических проблем, положительно воздействуя на развитие экономики как отдельного региона, так и страны в целом. Пандемия коронавируса, начавшаяся в 2019 г., и другие «экономические потрясения» внесли свои коррективы в развитие данного сектора [1, с. 21]. В этой связи особую актуальность приобретает изучение потенциала развития сферы малого предпринимательства в регионах страны.

Цель настоящего исследования заключается в изучении состояния и тенденций развития сферы малого бизнеса в Оренбургской области в условиях современных вызовов, что позволит органам власти субъекта РФ эффективно осуществлять меры поддержки малого бизнеса и совершенствовать основные положения финансовой политики в области взаимоотношения государства и субъектов малого предпринимательства.

Для исследования выбран период времени с 2016 г. по 2022 г., характеризующийся неравномерным развитием как мировой, так и российской экономики.

Объектом исследования выступает сфера малого предпринимательства Оренбургской области.

Предметом исследования являются показатели, характеризующие «рождаемость» и численность предприятий сферы малого бизнеса.

Согласно данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России [2], в Оренбургской области по состоянию на 10.08.2022 г. общее число малых предприятий достигло 1939 единиц, общее число микропредприятий достигло 52744, статус «вновь созданные» имели 6587 микропредприятий.

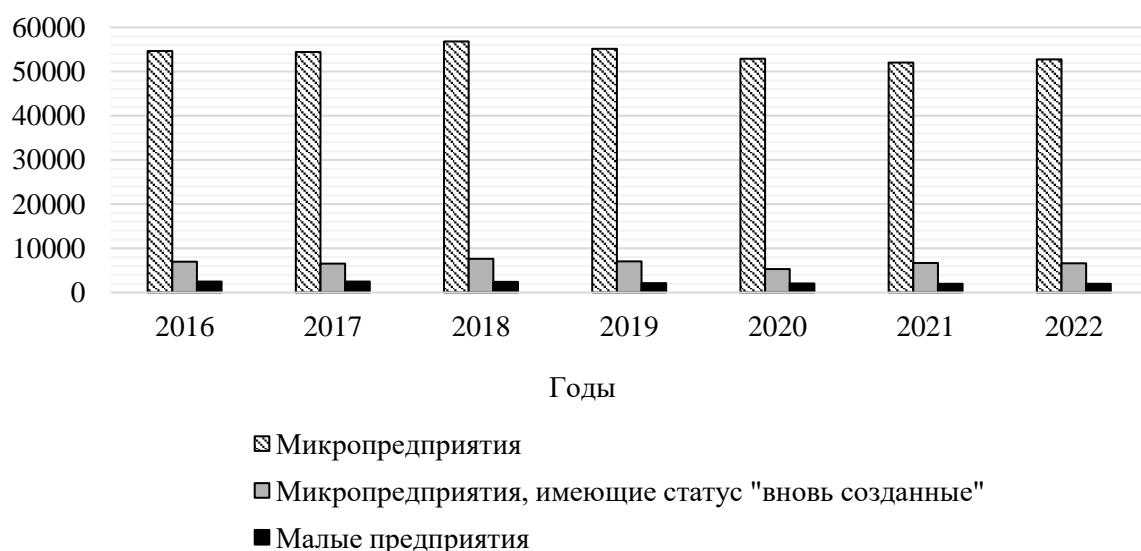


Рисунок 1 – Динамика предприятий сферы малого бизнеса в Оренбургской области

Визуальный анализ рисунка 1 позволяет сделать выводы о нестабильных тенденциях изменения в динамике предприятий малого бизнеса. В период с

2018 по 2021 гг. наблюдалось снижение исследуемых показателей, что свидетельствует о сложности ведения деятельности в условиях неравномерности развития экономики.

Так, в среднем за 2016-2022 гг. численность малых предприятий снижалась ежегодно на 90 единиц или на 4 %; число микропредприятий ежегодно снижалось на 322 единицы или на 0,6 %; число микропредприятий, имеющих статус «вновь созданные», в среднем за исследуемый период уменьшалось ежегодно на 70 единиц или на 1 %.

В целях определения тенденций в динамике численности предприятий сферы малого предпринимательства Оренбуржья построены трендовые модели с помощью функций MS Excel [3, с. 558].

По результатам выбраны наилучшие модели по максимальному R^2 (таблица 1), в большинстве случаев – это полиномиальные модели.

Интерпретация параметров трендов для каждого показателя такова:

- расчётное значение при $x = 0$ составило 2691 малых предприятий; число малых предприятий изменялось со средним в год темпом снижения, равным $e^{-0,051} = 0,95$. Экспоненциальный тренд отражает замедляющееся неравномерно уменьшение уровней ряда динамики числа малых предприятий;

- расчётное значение числа микропредприятий при $x = 0$ составило 54364; в среднем за исследуемый период число микропредприятий в Оренбургской области увеличивалось ежегодно на 684 единицы с абсолютным замедлением 300 единиц.

- расчётное значение числа «вновь созданных» микропредприятий в Оренбуржье при $x = 0$ составило 7270 единиц, в среднем за исследуемый период число «вновь созданных» микропредприятий уменьшалось ежегодно на 193 единицы с ускорением 20 единиц.

Таблица 1

Тренды в динамике показателей развития сферы малого предпринимательства в Оренбургской области

Показатель	Уравнение тренда	R^2
Число малых предприятий	$Y = 2691e^{-0,051t}$	0,9125

Число микропредприятий	$y = -150t^2 + 684t + 54364$	0,5671
Число «вновь созданных» микропредприятий	$y = 10t^2 - 193t + 7270$	0,1208

Проанализировав тенденции изменения показателей, характеризующих численность и «рождаемость» предприятий малого бизнеса, стоит отметить, что в основном негативные обстоятельства обусловлены рядом проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия, среди них недостаточное количество денежных ресурсов, а вместе с тем и невысокий уровень темпов роста и развития; затруднённый доступ к средствам, выделяемым на поддержку МП; экономическая невыгодность привлечения заемных средств [4, с. 64].

В целях минимизации отрицательно влияющих факторов на состояние и развитие малого бизнеса за исследуемый период в Оренбургской области осуществлялась активная работа в направлении создания юридической базы, регламентирующей деятельность МП, совокупности организаций, поддерживающих малый бизнес через предоставление различного рода услуг – финансовых, информационных и других [5].

В 2019 году принята муниципальная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства, сельского хозяйства и рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в городе Оренбурге», сроки реализации которой 2020-2025 гг.

Целью последней является увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей, физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями и применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» [6].

Распространение коронавируса оказало негативное влияние на развитие малого бизнеса в 2020 году, однако в настоящее время работа по реализации региональных и муниципальных проектов продолжается.

Список литературы:

1. Глодных, Н. М. Становление цифровой российской экономики. В сборнике: Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы IX

всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. Пермь, 2020. - С. 21-29.

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 24.09.2022).

3. Золотова, Л. В., Портнова, Л. В. Статистический анализ динамики и прогнозирование основных показателей развития малого предпринимательства в России. В сборнике: Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей. Сборник трудов I Национальной научно-практической конференции, 2019. - С. 557-560;

4. Асалиев, А. М. Антикризисные меры поддержки экономики России в условиях пандемии: компромиссы власти и бизнеса / А. М. Асалиев, А. А. Степанов, М. С. Оборин, Е. В. Гордеева. Сервис в России и за рубежом, 2020. Т. 14. № 2 (89). - С. 63-77.

5. Постановление администрации города Оренбурга от 10.11.2014 г. № 2672-п Об утверждении муниципальной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Оренбурге на 2015-2019 годы». URL: <https://docs.cntd.ru/document/439069060> (дата обращения: 20.09.22).

6. Постановление администрации города Оренбурга от 01.10.2019 г. № 2785-п Об утверждении муниципальной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства, сельского хозяйства и рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в городе Оренбурге». URL: http://www.orenburg.ru/activities/tselevye_programmy/ (дата обращения: 20.09.2022).

Кумарбекова Зауреш

докторант DBA, HR директор АО «Имсталькон»

г. Алматы

ЗАЧЕМ НУЖЕН БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ КОМПАНИИ?

Аннотация: в статье приведены аргументы пользы выстраивания бренда работодателя.

Ключевые слова: HR бренд, бренд работодателя.

WHY DO YOU NEED A COMPANY EMPLOYER BRAND?

Abstract: the article provides arguments for the benefits of building an employer brand.

Key words: HR brand, employer brand.

В настоящее время мы часто наблюдаем в компаниях дефицит действительно профессионального и эффективного персонала, а подчас и просто адекватного, вменяемого. А с рынка труда (если, конечно, не повышать

привлекательность своей компании в качестве работодателя и не заниматься целенаправленными поисками) к нам идёт армия бесполезных кадров. Беда ещё и в том, что сейчас, как никогда, нам нужны эффективные работники, способные решать сложные задачи в нестандартных условиях - если раньше привлечение их было обусловлено повышением прибыльности, эффективности бизнеса, то сейчас - желанием выжить, отстоять свои позиции на рынке. Так что никакой эффективный персонал без HR-брендинга мы не привлечём и не удержим в компании.

Среди соискателей до 35 лет, обратившихся в нашу компанию, мало кто знаком с ней, с соискателями старше 35 лет дела обстоят намного лучше, они имеют информацию о нашей компании. Наша компания «Имсталькон» на рынке более 65 лет, имеет подразделения практически во всех регионах Казахстана. Но при этом не все о ней знают. А в данный момент, зачастую, кандидаты при поиске работы охотнее идут в компании, имена которых на слуху. Поэтому одна из ключевых задач в нашей компании – это выстраивание бренда работодателя, с учётом того, что на рынке чувствуется острая нехватка квалифицированного персонала. Сказались, конечно, различные факторы: спад рождаемости в 1990 годы, после развала СССР - отток части населения из страны, уход выпускников вузов, ссузов из своих профильных специальностей в торговлю. Всё это в итоге привело к отсутствию или нехватке квалифицированных кадров.

Бренд работодателя - один из инструментов формирования узнаваемости компании. Конкуренция в «войне за таланты» также усиливается тем, что на рынке иностранные или местные компании предлагают «кричащие», «яркие» условия. Под «кричащими и яркими» я имею в виду к примеру:

- 1) обучение за счёт компании за рубежом;
- 2) проведение профильных конференций (выступление различных отраслевых экспертов);
- 3) профильные школы (с привлечением гуру по выбранному направлению);

4) красивые, современные офисы («живая» стена из растений, фонтаны, крылатые фразы и портреты кумиров молодёжи, LED экраны, интерактивные доски);

5) welcome box (в первый рабочий день новичок получает коробку, в которой находятся брендированные: бокал, шоколадка, ланьярд, блокнот, ручка, свитшот и т. п.);

б) питание (правильное питание, обеды, печенки, кофе, фруктовые корзины по четвергам и т. д.);

7) зона для отдыха (контрстрайк в компании OLX, настольный теннис у многих и др.).

Порой действует принцип теории поколения. Согласно данной теории мы знаем, что у каждого поколения немного отличаются предпочтения к работодателю и к руководителям. Но у нас до сих пор в офисах поколение постарше, которое не хочет ничего менять, и новое поколение вряд ли придет в такую компанию. Выигрывают те работодатели, которые отслеживают изменения на рынке труда и стараются сформировать свой уникальный HR бренд, который выделит их среди множества других компаний [1].

Это тем более важно, так как новое поколение:

- хочет сразу много получать (большие амбиции, высокие зарплаты);

- обращает внимание на презентабельность офиса (мне как-то соискатель сказала, что у неё был выбор: одна компания на рынке недавно, но у неё красивый офис, и вторая компания - собеседование проходило в здании советского стиля, на шкафах коробки, но при этом компания стабильная, на рынке много лет. А в голове у соискателя крутился вопрос, а смогут они ей оплачивать зарплату мечты);

- интересуется, занимается ли компания благотворительностью, общественной деятельностью (к примеру, одна торговая компания, где основная часть персонала – молодые продавцы, на день компании вывезла сотрудников в горы, где они охотно собирали мусор, а затем ели пиццу.

Сотрудники были довольны, указав в соцсетях, что они очистили окружающую среду от мусора).

Правильно выстроенный бренд работодателя явно закрывает два больших вопроса:

1) снижает текучесть персонала, сотрудники будут гордиться, что они работают в данной компании (многие компании запускают реферальные программы, ранее такой метод привлечения на вакансии назывался «сарафанным радио». Если сотрудник сам лоялен к своей компании, он её и другим порекомендует);

2) также привлекает поток соискателей. Например, компания Google, поменяв внутреннюю политику, сейчас считается лучшим работодателем в мире, в день к ним поступает по 1000 резюме, без размещения вакансий [4].

Полезность формирования бренда работодателя можно увидеть и по результатам различных исследований.

Согласно данным Employer Brand International международного исследования характеристик бренда работодателя, 41 % российских компаний в настоящее время разрабатывают стратегию построения HR-бренда. При этом отмечаются следующие основные положительные результаты от внедрения подобных программ [3]:

- уменьшение текучести кадров (отметили 29 % респондентов);
- сокращение времени на поиск работников (29 %);
- увеличение числа присланных резюме (21 %);
- привлечение большего количества клиентов (16 %).

По данным ассоциации Greatplacetowork, составляющей рейтинг 100 лучших работодателей для журнала «Fortune», компании с сильным HR-брендом получают 7 важных конкурентных преимуществ [2]:

- 1) более высокая производительность труда и рентабельность;
- 2) устойчивость во время экономических спадов;
- 3) больше откликов от квалифицированных кандидатов;
- 4) снижение текучести персонала;

- 5) сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников;
- 6) повышение уровня удовлетворённости и лояльности клиентов;
- 7) больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников.

Однозначно бренд работодателя компании нужен и данный процесс его создания должен быть постоянным и непрерывным, только тогда мы получим эффект от HR-бренда.

Список литературы:

1. Бруковская, О., Осовицкая, Н. HR - бренд. 5 шагов к успеху вашей компании. Санкт Петербург, Питер, 2011.
2. Говард, Бехар, Джанет, Голдстейн. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks. Альпина диджитал, 2012.
3. Кумарбекова, З. К. HR по Казахстански. Санкт Петербург, Супериздательство, 2019.
4. Мансуров, Р. Е. HR - брендинг Как повысить эффективность персонала. Санкт Петербург, БХВ-Петербург, 2011.
5. Денисов, А. М. Формирование имиджа компании – работодателя как инструмент повышения эффективности затрат на наём и удержания сотрудников // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2021. № 5.
6. Токарева, Е. Г. Влияние бренда работодателя на результаты компании // Е. Г. Токарева, Е. А. Беркутова. Креативная экономика, том 10, № 12, 2016.

Лаптева Елена Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

Аннотация: в статье рассмотрены показатели динамики финансовых показателей деятельности предприятий малого бизнеса Российской Федерации - доля субъектов малого и среднего бизнеса в ВВП стран по итогам 2021 года; рентабельность продаж субъектов малого и среднего бизнеса в РФ; рентабельность активов субъектов малого и среднего бизнеса в РФ; сальдированный финансовый результат субъектов малого и среднего предпринимательства в РФ.

Ключевые слова: малый бизнес, малые предприятия, средние предприятия, товары, услуги, рентабельность, сальдированный финансовый результат.

MAIN INDICATORS OF THE FINANCIAL STATE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN RUSSIA

Abstract: the article considers the indicators of the dynamics of the financial performance of small businesses in the Russian Federation - the share of small and medium-sized businesses in the GDP of countries in 2021; profitability of sales of small and medium-sized businesses in the Russian Federation; return on assets of small and medium-sized businesses in the Russian Federation; balanced financial result of small and medium-sized businesses in the Russian Federation.

Key words: small business, small enterprises, medium enterprises, goods, services, profitability, net financial result.

Субъекты малого и среднего бизнеса в экономике и статистике практически всегда рассматриваются неразрывно друг от друга. Малое и среднее предпринимательство является достаточно многочисленной группой среди предприятий в экономике России. За исследуемый пятилетний период доля субъектов малого и среднего бизнеса в ВВП России сократилась на 4,7 %. В целом в 2017 году данный показатель составил 21,9 %, в 2018 году – 20,2 %, в 2019 году – 20,8 %, в 2020 году – 19,8 %, а в 2021 году – 17,2 % [6].

Данное сокращение доли связано с сокращением количества субъектов. Это было вызвано ограничительными мерами, связанными с новой коронавирусной инфекцией в 2020-2021 годах.

В результате многие малые и средние предприятия не имели возможности работать в полную силу или не осуществляли свою деятельность вовсе. Это привело к существенному сокращению объёмов производства товаров и услуг данными субъектами.

По информации представленной на рисунке 1 проведём сравнение доли в ВВП малого и среднего предпринимательства ряда стран мира и России по итогам 2021 года.

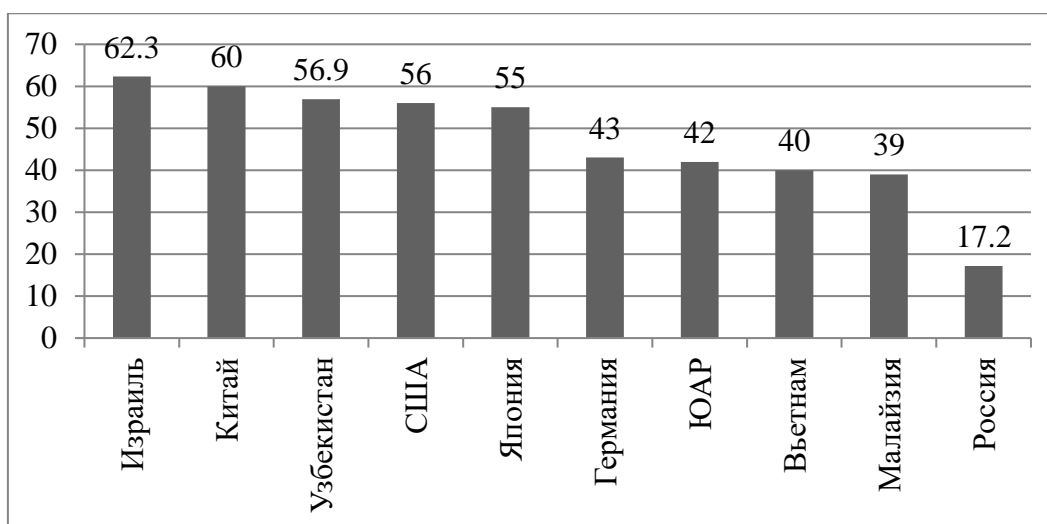


Рисунок 1 - Доля субъектов малого и среднего бизнеса в ВВП стран по итогам 2021 года, % [2]

По рисунку видно, что Российская Федерация существенно отстаёт по данному показателю по сравнению с такими странами как Израиль, Китай, Узбекистан, США, Япония, Германия, ЮАР, Вьетнам, Малайзия.

Бизнес в Израиле (лидирующее государство по доли субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП страны) отлично сформирован. Наибольшее количество малых бизнесов в Израиле – это сфера услуг, небольшие торговые точки и мелкие производители пищевых продуктов, мебели, и пр. [2].

Государство заинтересовано в развитии экономики и старается создавать предпринимателям комфортные условия для работы. Именно поэтому налоговые сборы от малого и среднего бизнеса приносят Израилю около 62,3 % ВВП [3].

Для того чтобы охарактеризовать финансовое состояние малых и средних предприятий в России, рассмотрим такие показатели, как:

- рентабельность продаж;
- рентабельность активов;
- сальдированный финансовый результат;
- коэффициент текущей ликвидности.

На рисунке 2 представлена динамика рентабельности продаж субъектов малого и среднего бизнеса.

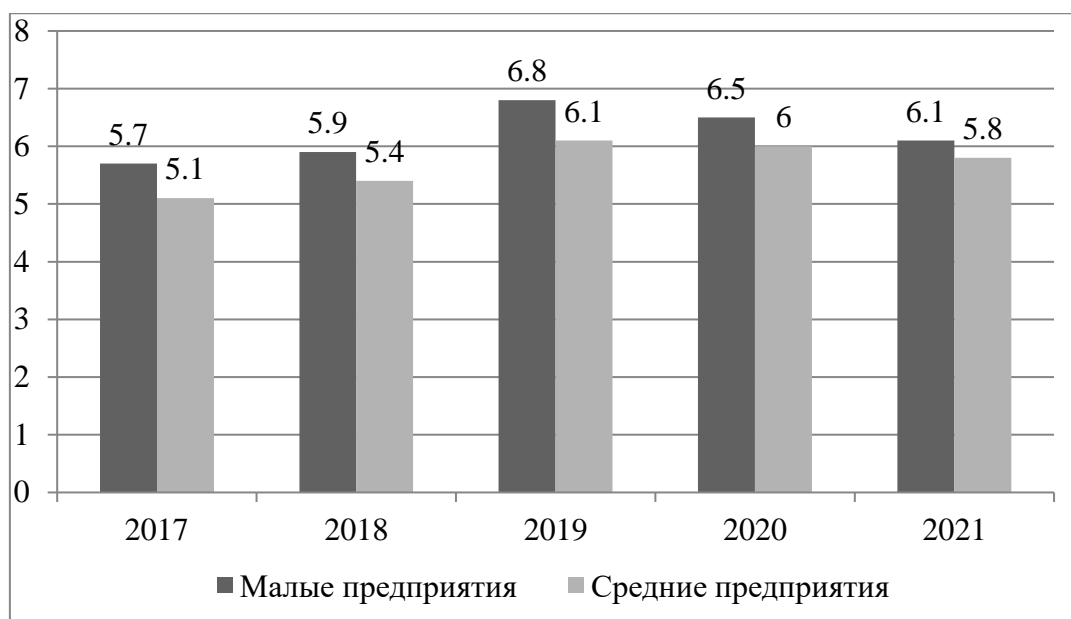


Рисунок 2 – Рентабельность продаж субъектов малого и среднего бизнеса в РФ, % [4]

Рентабельность продаж — один из основных финансовых показателей для оценки эффективности работы компаний.

Коэффициент показывает отношение прибыли от продаж к выручке за определённый период без учёта акцизов и НДС.

Рост показателя говорит о том, что компании работают эффективнее, чем раньше.

Снижение рентабельности отражает сокращение объёмов продаж или демонстрирует неэффективность хозяйственной деятельности.

Как видно из рисунка 2, рентабельность продаж малых предприятий несколько выше, чем субъектов среднего предпринимательства.

За исследуемый период рентабельность малого бизнеса выросла на 0,4 %, а среднего бизнеса – на 0,7 %.

Максимальная рентабельность продаж была отмечена в 2019 году, когда данные показатели для рассматриваемых субъектов составили 6,8 % и 6,1 %.

Минимальный уровень рентабельности продаж был зафиксирован за исследуемый период в 2017 году – 5,7 % и 5,1 %.

Рентабельность активов - это финансовый коэффициент, характеризующий отдачу от использования всех активов организаций.

Коэффициент показывает способность организаций создавать прибыль без учёта структуры их капитала, а также качество управления активами.

На рисунке 3 представлена динамика рентабельности активов субъектов малого и среднего бизнеса в России.

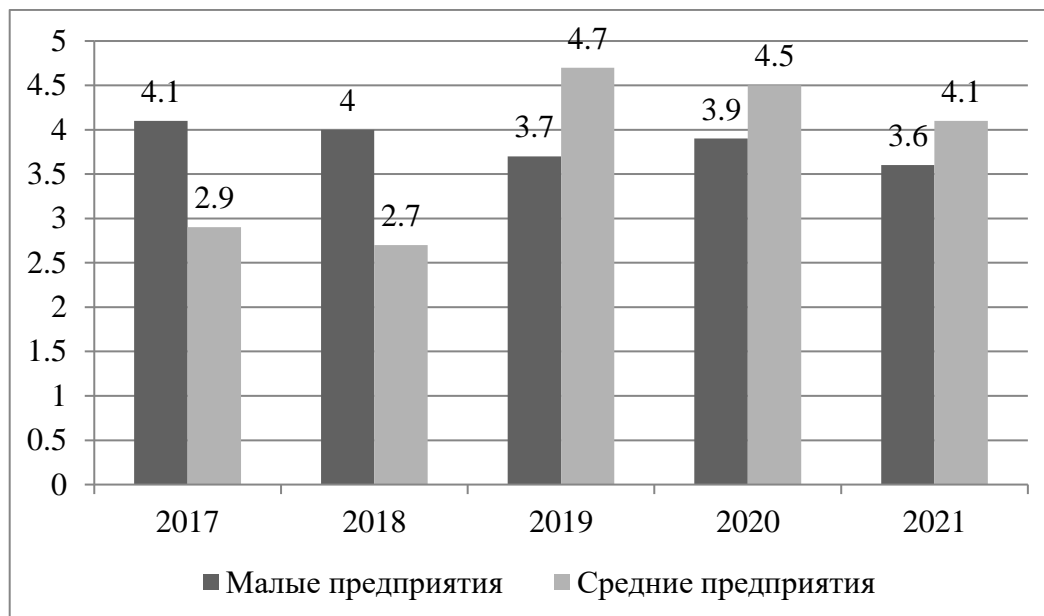


Рисунок 3 - Рентабельность активов субъектов малого и среднего бизнеса в РФ, % [5]

За исследуемый период рентабельность малых предприятий в России сократилась на 0,5 %, а средних предприятий – выросла на 1,2 %.

Максимальный уровень рентабельности субъектов малого предпринимательства был зафиксирован в 2017 году на уровне 4,1 %, а у субъектов среднего предпринимательства – в 2019 году на уровне 4,7 %.

Минимальный уровень рентабельности был отмечен в 2021 году у субъектов малого бизнеса (3,6 %), а у среднего бизнеса – в 2018 году (2,7 %).

Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) - конечный финансовый результат, выявленный на основании бухгалтерского учёта всех хозяйственных операций предприятий (организаций).

Динамика сальдированного финансового результата малого и среднего бизнеса в России представлена в таблице 1.

Сальдированный финансовый результат субъектов малого и среднего предпринимательства в РФ, млрд руб.

Годы	Малые предприятия	Средние предприятия
2017	2014,4	189,4
2018	2200,2	242,1
2019	3257,3	389,3
2020	3347,1	397,7
2021	3678,4	446,8
Отклонение, +/-	1664	257,4
Темп роста, %	182,61	235,90

Из данных таблицы 1 видно, что сальдированный финансовый результат малых предприятий существенно превышает показатель средних.

За исследуемый период конечный финансовый результат малого бизнеса вырос в 1,8 раза, но при этом темп роста данного показателя у предприятий среднего предпринимательства оказался выше, чем в 2,3 раза.

Таким образом, можно сказать, что в целом предприятия малого бизнеса в Российской Федерации являются прибыльными, рентабельными и в долгосрочной перспективе смогут погасить имеющиеся обязательства при необходимости.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Развитие малых городов на основе сетевого взаимодействия как фактор устойчивого развития регионов // М. С. Оборин, М. Ю. Шерешева. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Пермь, ноябрь-декабрь 2017 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский института (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова». - С. 193-200.

2. Глодных, Н. М. Экономическая и торговая политики российского государства // Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Пермь, ноябрь-декабрь 2017 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский института (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – С. 10-19.

3. Лаптева, Е. В. Преимущества и проблемы выборочного метода исследования в социально-экономических явлениях // В сборнике:

Инновационная деятельность: наука – экономика - производство. Сборник материалов конференции «Инновационная деятельность: наука – экономика - производство» в рамках международного форума «Россия как трансформирующееся общество: экономика, культура, управление», 2008. - С. 122-124.

4. Лаптева, Е. В. Организационные основы налогового учёта // Е. В. Лаптева, Е. П. Огородникова. Аудиторские ведомости, 2019. - № 2. - С. 62-64.

5. Lapteva, E. V. DEVELOPMENT TREND OF THE CONSTRUCTION MARKET IN RUSSIAN REGIONS // E. V. Lapteva, E. P. Ogorodnikova, V. F. Remizova. В сборнике: IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. BUILDINTECH BIT 2020. INNOVATIONS AND TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION, 2020. - С. 012015.

6. Федеральная служба Государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/reporting>.

Лядова Инесса Игоревна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Аннотация: в статье проанализировано на примере конкретной компании как меняется предпринимательская деятельность в современных условиях по поиску новых поставщиков. Сделаны выводы о возможности улучшения финансового положения предприятия, несмотря на санкции.

Ключевые слова: предпринимательство, поставщики товаров, условия продажи товаров.

FEATURES OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

Abstract: the article analyzes, using the example of a specific company, how entrepreneurial activity is changing in modern conditions to find new suppliers. Conclusions are drawn about the possibility of improving the financial situation of the enterprise, despite the sanctions.

Keywords: entrepreneurship, suppliers of goods, terms of sale of goods.

Предпринимательство всегда существует как индикатор социальной среды, т. к. даёт возможность государству создать и развить «средний класс», а

значит снизить возможность возникновения революционных ситуаций в обществе. Представленное в значительном разнообразии форм оно задействует большие объёмы кадров. В связи с этим можно сделать вывод, что предпринимательство активно влияет на социальную и экономическую ситуацию в стране [1].

Неблагоприятная ситуация в экономической и политической сфере существования мирового сообщества негативно сказывается на российском предпринимательстве.

Начало специальной военной операции на Украине и дополнительно введенные в связи с этим санкции, привели к значительному росту экстренных покупок продуктов первой необходимости. Безусловно, предприниматели реагировали на это по-разному: кто-то пытался повысить цены, кто-то анализировал рынок и пытался найти новых поставщиков, чтобы не снижать объёмы продаж. Проанализируем действия в этой ситуации одного из коммерческих предприятий Перми. Компании ООО «Овокон» – торговая организация, которая занимается дистрибьюцией продовольственных товаров и продажей их оптовым и мелкооптовым представителям.

С февраля 2022 г. в ООО «Овокон» начали снижаться объёмы продаж. Данная проблема возникла на фоне повышения цен у уже существующих поставщиков. Это стало негативно отражаться на деятельности ООО «Овокон», так как влекло за собой повышение дебиторской задолженности, формируемое организациями, закупающими товар мелкими оптовыми партиями. Несвоевременный возврат денежных средств тяжело сказывался на возможности предприятия работать с поставщиками, многие из которых предпочитали предоплату.

При анализе ассортимента ООО «Овокон» было выявлено, что дефицитные на тот период категории товаров составляли более 60 % всего ассортимента фирмы (таблица 1).

Удельный вес товарных групп ассортимента компании ООО «Овокон»

Товарная группа	Период, гг., %	
	На 1 марта	На 1 апреля
Сахар	13 %	18 %
Крупы	15 %	17 %
Мука	14 %	19 %
Масла растительные	10 %	13 %
Макаронны	6 %	13 %
Мясные и рыбные консервы	5 %	8 %
Иные товары	37 %	12 %

Как видно из таблицы 1, произошел значительный рост продаж по следующим группам товаров: мука, макаронные изделия, сахар. В связи со значительным изменением потребностей населения и изменениями в необходимом ассортименте товаров коллектив предприятия поменял тактику своей работы.

Для повышения эффективности и получения более точной информации сотрудники предприятия работали быстро и в соответствии с поставленными задачами. Торговые представители оперативно собирали информацию об изменениях спроса на потребительском рынке, ценах и предлагаемых условиях доставки. Полученную информацию передавали начальнику отдела логистики, где и проводилось ее изучение и принимались решения о закупке того или иного товара, а также о возможности сотрудничества с новыми поставщиками, находящимися за пределами Пермского края.

При выборе поставщика для компании администрация ООО «Овокон» руководствовалась двумя факторами: цена на товар и условия поставок. Интенсивно проводилась работа по поиску поставщиков за пределами Пермского края.

Пример анализа цен и условий поставки товаров поставщиками из Ижевска и Екатеринбурга представлен в таблице 2.

Выбор поставщиков в ООО «Овокон»

Фактор выбора	Сахар	Мука пшеничная и ржаная	Крупы разных наименований	Растительные масла	Консервы рыбные и мясные	Макаронные изделия
Стоимость перевозки 1 м ³ груза. Екатеринбург, руб.	22 000	21 000	19 000	32 000	34 000	17 000
Стоимость перевозки 1 м ³ груза. Ижевск, руб. .	22 000	22 000	21 000	32 000	35 000	19 000
Разница в стоимости, %	0	4,8	10,5	0	2,9	11,8
Цена за единицу, руб. Екатеринбург	89	45	30	98	112	35
Цена за единицу, руб. Ижевск	91	49	36	99	112	39
Разница в ценах, %	2,2	8,8	20	1	0	11,4

Соответственно был сделан вывод, что данные группы товаров невыгодно закупать в г. Екатеринбург, так как разница цен и условий поставки говорит о большей привлекательности поставщика из г. Ижевск

С 1 марта 2022 г. в результате интенсивной работы по выбору поставщиков, ООО «Овокон» начал сотрудничество с такими поставщиками как ООО «Меркурий» (г. Ижевск), ООО ТПК «САВА» (г. Томск), ООО «МК «Роса» (г. Барнаул), ООО «Росинка» (г. Челябинск), ООО «Компания Благо» (г. Армавир), ЗАО «Булгарконсерв» (г. Калуга), ООО «Лотос» (г. Екатеринбург) группа компаний «Пищепром» (г. Самара).

В августе 2022 провели оценку основных поставщиков ООО «Овокон» по следующим критериям: качество товара, цена, надёжность поставки, условия платежа [2].

Результаты оценки основных поставщиков компании ООО «Овокон» приведены в таблице 3.

Таблица 3

Оценка основных поставщиков компании ООО «Овокон»

Критерий	Вес критерия	ООО «Росинка»		ООО «Содружество»		Группа компаний «Пищепром»		ООО «Меркурий»		ООО «Лотос»	
		Оценка	Средний уд. вес	Оценка	Средний уд. вес	Оценка	Средний уд. вес	Оценка	Средний уд. вес	Оценка	Средний уд. вес
Цена	0,4	7	2,8	7	2	8	3,2	9	3,6	8	3,2
Качество товара	0,2	9	1,8	7	1,4	8	1,6	9	1,8	7	1,4
Надежность поставки	0,3	3	0,9	7	2,1	6	1,8	7	2,1	3	0,9
Условия поставки	0,1	8	1,8	8	0,8	7	0,7	7	0,7	7	0,7
Итого	1	-	7,3		7,4		7,3		8,2		6,2

Как видно из данных таблицы, наиболее выгодным и надёжным для предприятия является поставщик - ООО «Меркурий», у него наиболее приемлемые цены, качественный товар, который он реализует, предоставляя длительные отсрочки платежа. Наименее перспективным поставщиком является ООО «Лотос», работа с которым будет приостановлена, в связи с частыми срывами сроков поставок и недопоставками товаров.

Второй проблемой, стоявшей на тот период перед предприятием, был значительный рост дебиторской задолженности. Для того чтобы клиенты не задерживали оплату товаров, администрация в систему показателей КРІ мотивации труда торговых представителей ввела пункт о выполнении плана оплаты товаров клиентами в установленные сроки.

Значимые для начисления премии факторы представлены в таблице 4.

Таблица 4

**Структура факторов, используемых при начислении премии торговым
представителям ООО «Овокон»**

Факторы	Значимость фактора
Выполнение плана продаж	0,4
Выполнение плана оплаты товаров клиентами в установленные сроки, руб.	0,2
Рост клиентской базы	0,2
Удержание клиентской базы	0,1
Удовлетворенность клиентов услугами компании	0,1
Итого	1,0

Далее оценили финансовую устойчивость предприятия до и после проведения корректирующих мероприятий по бальной методике (таблица 5).

Таблица 5

**Оценка финансовой устойчивости ООО «Овокон» до и после проведения
корректирующих мероприятий**

Показатели финансового состояния	на 01.03.2022 г		на 01.09.2022 г	
	Факт значения	Кол-во баллов	Факт значения	Кол-во баллов
1. Коэффициент абсолютной ликвидности (Л2)	0.03	0	1.06	20
2. Коэффициент критической оценки (Л3)	0.03	0	1.06	4.8
3. Коэффициент текущей ликвидности (Л4)	1.96	15.9	2.73	16.5
4. Коэффициент финансовой независимости (У12)	0.53	11.4	0.68	17
5. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (У1)	0.47	14.1	0.63	15
6. Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат (У24)	1.76	13.5	1.76	13.5
Итого:		54.9		86.8

На 1 марта 2022 г. у компании ООО «Овокон» был 3 класс финансовой устойчивости. ООО «Овокон» имело удовлетворительное финансовое состояние. Риск взаимоотношений партнёров с данным предприятием был значителен.

Как видим из таблицы 5, после внедрения мероприятий у предприятия сложился 2 класс финансовой устойчивости, из чего можно сделать вывод, что у торговой компании ООО «Овокон» хорошее финансовое состояние и незначительный уровень риска взаимоотношений с партнерами

Если оценить влияние санкций на жизнь российских предпринимателей то, конечно, понятно, что санкции жизнь не улучшают. Но те, кто не паниковал и смог правильно перестроить свою работу, смягчили негативные последствия кризиса и даже улучшили своё финансовое положение.

Список литературы:

1. Бурмистров, В. Г. Современное состояние, проблемы и пути решения региональной розничной торговли на примере Пермского края / В. Г. Бурмистров, Т. А. Мазунина, Р. В. Шхагошев, М. К. Бежанов. Российское предпринимательство, 2018. Т. 19. № 3. С. 789-800.

2. Зиневич, С. В., Симанова, И. М. Оценка конкурентоспособности предприятия оптовой торговли. В сборнике: Современные проблемы экономического развития России. Материалы межвузовской научно-исследовательской конференции магистров. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», 2017. С. 91-95.

Майорова Елена Александровна
кандидат экономических наук, доцент
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва
Никишин Александр Фёдорович
кандидат технических наук, доцент
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

Аннотация: охарактеризованы методические подходы к оценке качества обслуживания, применимые в интернет-торговле; в рамках социологического подхода предложено модифицировать метод SERVQUAL с учётом

особенностей функционирования интернет-магазинов. Совершенствование методического обеспечения оценки и управления качеством торгового обслуживания в целом необходимо для повышения конкурентоспособности и эффективности хозяйствующих в интернет-торговле субъектов.

Ключевые слова: торговое обслуживание, качество торгового обслуживания, интернет-торговля, розничная торговля.

Подготовлено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования № FSSW-2020-0009 «Разработка методологии управления конкурентоспособностью предприятий в сфере товарного обращения в условиях цифровой экономики».

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY OF TRADING SERVICES IN INTERNET TRADE

Abstract: the article characterizes methodological approaches to assessing the quality of service applicable in online commerce; within the framework of the sociological approach, it is proposed to modify the SERVQUAL method, taking into account the peculiarities of the functioning of online stores. Improving the methodological support for assessing and managing the quality of trade services as a whole is necessary to increase the competitiveness and efficiency of entities operating in Internet commerce.

Key words: retail service, retail service quality, e-commerce, retail.

This work was supported by Governmental contract with the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation: FSSW-2020-0009, Development of methodology of competitiveness management in the sphere of stock movement under conditions of digital economy.

Опыт возникновения и преодоления кризисов свидетельствует о том, что каждый из них стал «явлением не только разрушительного, но и созидательного характера» [3, с. 104]. В 2020-2021 гг. в условиях кризиса пандемии и постпандемии на фоне цифровизации экономики в целом и сферы товарного обращения в частности интенсифицировалась тенденция увеличения доли продаж через Интернет на розничном рынке РФ. По итогам 2020 г. прирост доли составил 95 % относительно предыдущего года, в 2021 г. – 35 % [9]. Согласно прогнозам [2, 4], оборот интернет-торговли РФ продолжит расти.

В то же время, несмотря на устойчивый рост, доля интернет-продаж всё ещё остается низкой – по РФ в целом – 5,1 %, в регионе-лидере Севастополе –

10,4 %, в Москве и Санкт-Петербурге – ниже 10 % [9] (рисунок 1). В контексте интенсивного развития интернет-торговли при недостаточной реализации её потенциала актуальны вопросы повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности интернет-магазинов.

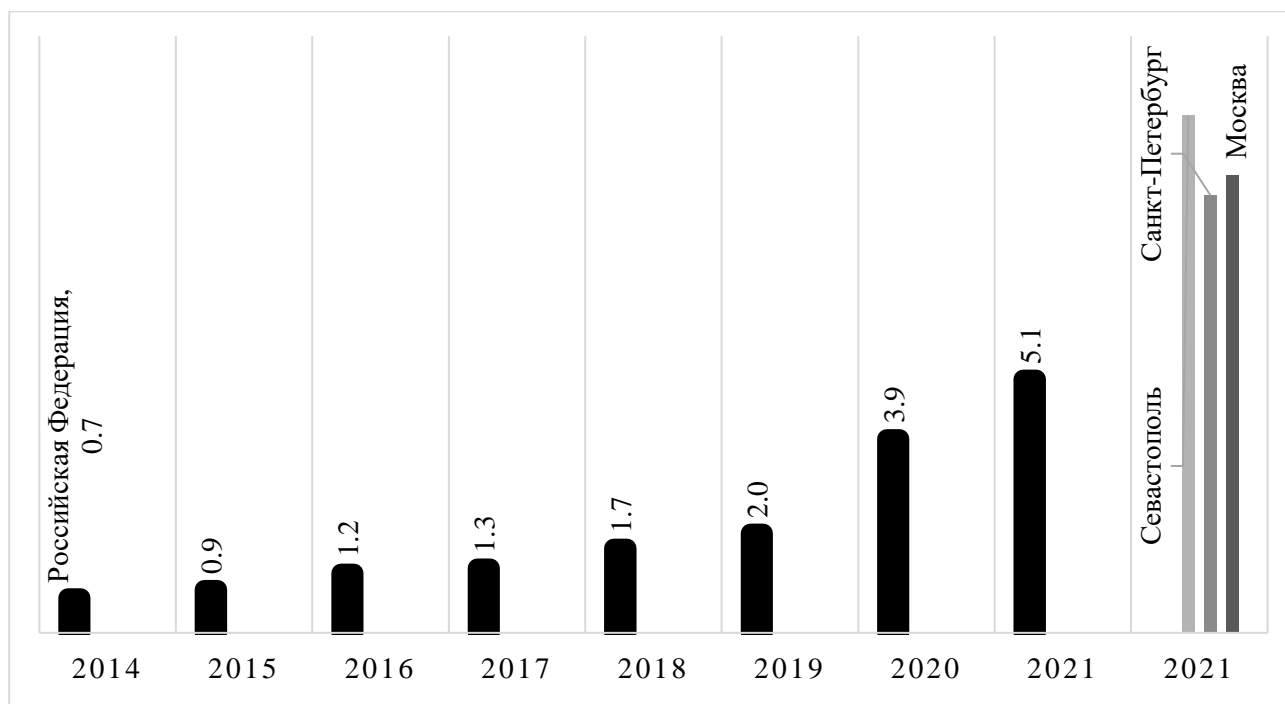


Рисунок 1 - Доля интернет-продаж в обороте розничной торговли РФ

Источник: построено авторами на основе [9]

Одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность и эффективность субъекта интернет-торговли, является качество торгового обслуживания, в рамках управления которым проводится его оценка. Особую актуальность разработка проблем оценки качества торгового обслуживания в интернет-торговле определяет трансформация потребительского спроса на товары и услуги, вызванная изменениями экономической, политической, эпидемиологической ситуации [6].

В научных исследованиях ([1, 5, 7, 8] и др.) и практической деятельности используют ряд методических подходов к оценке качества обслуживания, реализуемых на основе комплекса методов и методик и применимых в том числе в интернет-торговле.

Социологический подход, включая методы SERVQUAL, SERVPERF,

Qualitometro, RSQS, широко применяется в связи с тем, что качество торговых услуг характеризуется их способностью удовлетворять покупательские потребности. Экспертный подход позволяет учесть мнение руководства торговой организации и нивелировать несоответствие интересов, потребностей покупателей и коммерческих задач субъекта торговли. Привлечение тайного покупателя направлено на всестороннюю и глубокую оценку качества обслуживания торговыми сотрудниками, но в то же время не позволяет охарактеризовать преимущества и недостатки системы обслуживания в целом. Расчётно-аналитический подход подразумевает анализ совокупности количественных показателей, среди которых: среднее время обслуживания, средний чек, конверсия, доля положительных отзывов и другие. Наряду с общепринятыми предлагаются новые, менее развитые подходы – например, адаптация для целей оценки качества торгового обслуживания сбалансированной системы показателей с целью определения взаимосвязей между обслуживанием и стратегическими ориентирами торговой организации [8].

Представленные методические подходы, хотя и применимы в сфере интернет-торговли, не учитывают её особенности, а именно минимальный личный контакт покупателя и продавца и специфические параметры, среди которых удобство интернет-сайта, качество информации о товарах на их страницах, способы оплаты и доставки, доступность и качество консультирования в онлайн-среде и другие.

Описательный характер и сложность формализации большей части составляющих качества торгового обслуживания определяют преимущество социологического (качественного) подхода к его оценке.

Применительно к интернет-торговле в рамках социологического методического подхода предлагается оптимизировать метод SERVQUAL, который в классическом варианте или в виде модификаций многократно доказал свою эффективность в офлайн-торговле и различных отраслях сферы услуг.

В качестве параметров оценки целесообразно использовать: качество взаимодействия с торговой организацией в онлайн-среде, включая дизайн сайта и удобство его использования; качество взаимодействия с сотрудниками торговой организации (сборщиками, курьерами), характеризующее их отзывчивостью и вежливостью; надёжность работы интернет-магазина, а именно надёжность онлайн-оплаты и доставки, соответствие последней заявленному времени; качество товарного ассортимента, уровень цен, соответствие дополнительных услуг ожиданиям потребителей; убедительность, транслируемую через сложность возврата товаров и достоверные отзывы.

Опрос предполагается проводить по шкале Лайкерта по парам утверждений, которые позволяют оценить, во-первых, значение каждого элемента качества торгового обслуживания для респондента, во-вторых, его удовлетворённость конкретным интернет-магазином. Обработка результатов опроса должна включать оценку согласованности мнений респондентов и расчёт единичных и интегральных показателей, который проводится на основе средних с учётом весовых коэффициентов, определяемых посредством нормирования оценок значимости.

Для наглядности возможна визуализация результатов на основе матрицы удовлетворенности / значимости, которая позволит сгруппировать составляющие качества торгового обслуживания и для каждой из четырёх групп определить направления дальнейшей управленческой деятельности.

Расширение существующего методического инструментария в части социологического подхода через предлагаемую модификацию метода SERVQUAL способствует совершенствованию оценки качества торгового обслуживания в интернет-торговле и, соответственно, обоснованности и эффективности управленческих решений, принимаемых на основе результатов такой оценки. Повышение эффективности управления качеством торгового обслуживания видится важным фактором повышения конкурентоспособности интернет-магазинов, а с учётом процессов цифровизации – развития сферы товарного обращения в целом.

Список литературы:

1. Александрова, Л. Ю. Качество торгового обслуживания покупателей как фактор и условие обеспечения конкурентоспособности регионального предприятия / Л. Ю. Александрова, Г. В. Калинина, А. Ю. Мунши, Ш. М. Мунши // Экономика, предпринимательство и право, 2021. – Т. 11. – № 4. – С. 927-946.
2. Галкина, Л. С. Изменения на рынке электронной коммерции (обзор модели D2C) / Л. С. Галкина, О. В. Швалева // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24 ноября 2021 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 274-279.
3. Каращук, О. С. Возможности развития общественного питания в условиях кризиса финансового рынка / О. С. Каращук // Вестник Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова, 2009. – № 1(25). – С. 103-106. – EDN JWRYNJ.
4. Красильникова, Е. А. Тенденции развития электронной торговли России и стран Европейского Союза / Е. А. Красильникова // Лизинг. – 2022. – № 1. – С. 5-11. – EDN UOJTPL.
5. Ожгихина, А. С. Внедрение инновационных подходов к оценке качества обслуживания клиентов на предприятиях сферы услуг / А. С. Ожгихина // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24 ноября 2021 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 182-189.
6. Панасенко, С. В. Трансформация потребительского спроса на товары и услуги в условиях цифровизации Российской экономики / С. В. Панасенко, И. А. Рамазанов, В. П. Чеглов, Е. А. Красильникова // Экономика XXI века: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2020. – С. 116-120.
7. Соколова, Н. Н. Практические аспекты оценки качества обслуживания на предприятиях розничной торговли в целях его повышения / Н. Н. Соколова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, 2020. – № 11. – С. 117-124.
8. Урясьева, Т. И. Стратегический подход к оценке качества обслуживания розничного торгового предприятия / Т. И. Урясьева, С. А. Калугина // Практический маркетинг, 2017. – № 10(248). – С. 23-29.
9. Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли // Росстат [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Internet_torgovlya.xls (дата обращения: 27.09.2022).

Пономарёв Александр Анатольевич

аспирант

*Пермского государственного национального исследовательского
университета, г. Пермь*

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Аннотация: в статье исследуется система логистики и организационно-экономический механизм государственных закупок, их функциональные характеристики, организация и управление пространственным перемещением товаров в системе государственных закупок, новый закон о государственных закупках и их информационная поддержка. Сделаны выводы, что реализация организационно-экономического механизма системы государственных закупок позволит оптимизировать общие расходы на закупочную деятельность, повысить эффективность использования бюджетных средств, что в целом приведет к совершенствованию социально-экономического развития региона и страны в целом.

Ключевые слова: организационно-экономический механизм, логистика государственных закупок, информационная поддержка, управление и координация потоковых процессов.

FORMATION OF AN ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR MANAGING THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM

Abstract: the article examines the logistics system of public procurement and the organizational and economic mechanism of the public procurement system, their functional characteristics, organization and management of spatial movement of goods in the public procurement system, the new law on public procurement and their information support. Conclusions are drawn that the implementation of the organizational and economic mechanism of the public procurement system will optimize the overall costs of procurement activities, increase the efficiency of using budget funds, which in general will lead to the improvement of the socio-economic development of the region and the country as a whole.

Key words: organizational and economic mechanism, logistics of public procurement, information support, management and coordination of flow processes.

Государственные закупки являются необходимым инструментом реализации эффективной бюджетной политики и достижения стратегических целей развития национальной экономики. Объём государственных закупок в

стоимостном выражении по итогам 2020 года в целом приблизился к 2016 году, когда абсолютное значение было максимальным (рисунок 1).

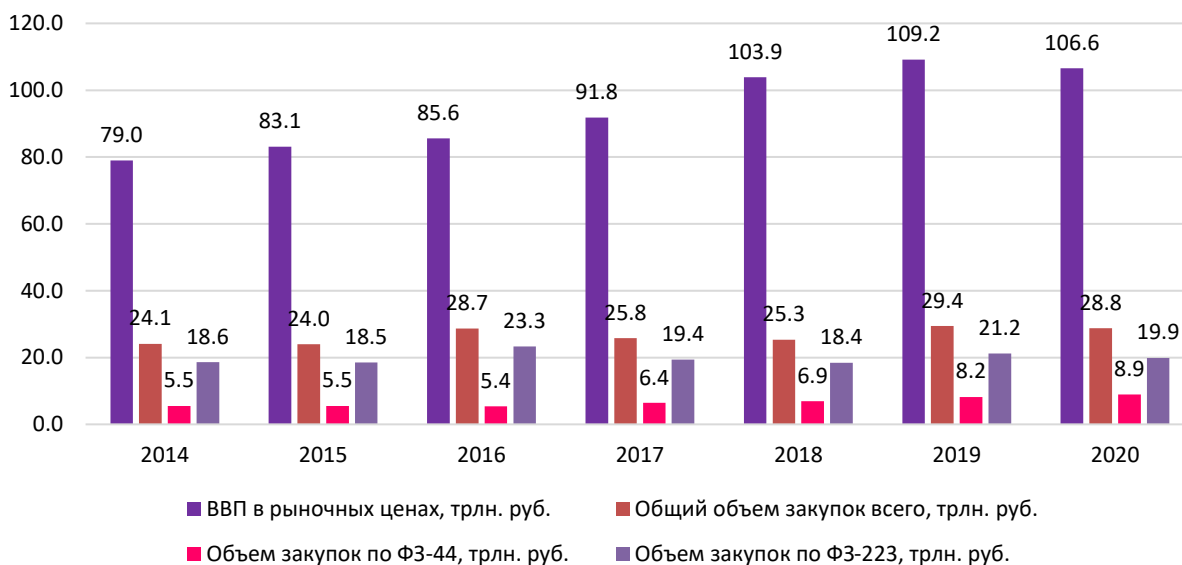


Рисунок 1 - Динамика объёма государственных закупок в структуре ВВП России в 2014-2020 гг., трлн руб. (составлено по данным [4])

Несмотря на изменение ценового критерия, можно отметить положительную динамику роста доли государственных закупок в валовом внутреннем продукте.

Организационно-экономический механизм системы государственных закупок можно рассматривать не только как элемент экономической структуры страны, но и инструмент управления социально-экономическим развитием региональных экономических систем. Для его совершенствования целесообразно формирование и использование методов, подходов, технологий к объёму заключённых государственных контрактов на поставку товаров за счёт государственного бюджета для интеграции в систему пространственного перемещения, в которую включены подсистемы и элементы, ориентированные на сокращение общих расходов и эффективное использование финансовых ресурсов государства. Результатом данного процесса трансформации существующих механизмов закупочной деятельности должна стать система практических мер, направленных на уточнение статуса участников закупки и

оперативного контроля ключевых этапов общего бизнес-процесса, оптимизации обеспечивающих подсистем.

Государственное регулирование организационно-экономического механизма системы государственных закупок реализуется через законодательные, рыночные, технологические институты, включающие ценовые, налогово-бюджетные, цифровые инструменты [3, с. 31].

Эффективная работа организационно-экономического механизма в рамках структуризации государственной закупочной деятельности требует единства и стабилизации его специфической многосложной структуры в изменчивой внешней и внутренней среде, что, в свою очередь, предполагает разработку оптимальных методов управления контрактной системой закупок, наиболее актуальными из которых является метод управления логистикой в комплексе с соответствующими инструментами.

Подготовка, управление и регулирование пространственным перемещением товаров в системе государственных закупок требует использования комплекса инструментов логистики, формирования системы управления логистическими процессами государственных закупок. Координационно-интеграционный потенциал логистической системы может способствовать обеспечению эффективной реализации социально-экономических целей развития региона, повышению результативности использования финансовых активов государства для осуществления закупочной деятельности государства.

Сформировавшаяся в России система государственных закупок нуждается в разработке совершенно новой системы управления закупками на основе принципов логистики по планированию и контролю перемещения продукции в условиях динамично меняющихся макроэкономических условий и тактического целеполагания [4, с. 21].

Стабильные организационные взаимосвязи между этими элементами формируются через координацию стимулов деятельности субъектов экономических отношений системы государственных закупок. В

случае если элементы системы функционируют не в единстве, возникают разногласия и противоречия в интересах субъектов закупочной деятельности.

Объединение интересов и способов реализации поставленных задач субъектов закупочной деятельности способствует, в свою очередь, совершенствованию и эффективности механизма реализации системы государственных закупок. Таким образом, разработка верных и грамотных стратегических решений в системе управления, должна быть основана на информационной поддержке, элементах данных, полученных в результате выполнения действия, определяющих положение конструктивных частей организационно-экономического механизма.

Следовательно, эффективность системы государственных закупок напрямую зависит от соответствующего информационного обеспечения. Полноценное информационное обеспечение способствует сокращению временного периода для проведения государственной закупочной деятельности, эффективности и ценности заключенных контрактов. Система государственных закупок основана на принципах, которые, в свою очередь, требуют тщательно собранной и общезначимой информации, что гарантирует обеспечение необходимого поставщика [2, с. 13].

Необходимость точных оперативных данных способствует формированию аналитической базы о стоимостных характеристиках, затратах, репутационных и иных сведениях участников закупки. В свою очередь такая достоверность необходима для обоснованного принятия решения о выборе стороны договора для исполнения закупки, адекватной оценки всех участников по совокупности финансовых, рыночных, производственных, компетентностных и иных характеристиках [1, с. 24].

Алгоритм действий такой информационной системы внесён в новый Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Новый закон предполагает исключение лишних расходов и нецелесообразного использования государственных финансовых активов,

необходимость возрастания значимости единой информационной системы.

Совершенствование организационно-экономического механизма управления товародвижением, а также внедрения новых инструментов управления потоками, основанными на принципах логистики системы государственных закупок, способствует оптимизации общих расходов на государственные закупки, эффективному применению финансовых ресурсов государства, и, в целом, интенсификации темпов социально-экономического развития регионов и страны.

Список литературы:

1. Белоусов, В. С. Централизованные правовые модели государственных и муниципальных закупок // В. С. Белоусов, В. П. Камышанский. Власть Закона, 2019. № 1 (37). - С. 192-197.

2. Бобров, А. В. Государственные и муниципальные закупки как инструмент повышения эффективности национальной экономики // Студенческий вестник, 2021. № 23-2 (168). - С. 39–41.

3. Гоненко, Д. В. Современная система государственных закупок Российской Федерации: основные проблемы и их решение / Д. В. Гоненко, А. Н. Новичихин. Экономика и управление: проблемы, решения, 2021. Т. 2. № 5 (113). - С. 14–20.

4. Министерство финансов РФ. Сводный аналитический отчет о результатах мониторинга закупок товаров, работ, услуг, осуществляемых в соответствии с Федеральным законом «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», 2021. URL: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2022/06/main/Godovoy_otchet_23-FZ.pdf (дата обращения: 25.09.2022).

Силин Александр Владимирович

кандидат технических наук, декан

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ РАБОТ И УРОВНЯ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: в статье поэтапно описан функционально-стоимостной анализ работ и расчёт уровня сервиса на предприятиях, приведены примеры расчетов.

Ключевые слова: функционально-стоимостной анализ, сервис, стоимость.

FUNCTIONAL-COST ANALYSIS OF WORKS AND LEVEL OF SERVICE AT THE ENTERPRISE

Abstract: the article describes in stages the functional cost analysis of work and the calculation of the level of service at enterprises, examples of calculations are given.

Key words: functional cost analysis, service, cost.

Организация эффективной работы предприятия сервиса во многом зависит от рационального распределения персонала по выполняемым операциям. Оптимизировать процессы оказания услуг на предприятии сервиса и посчитать, сколько реально сотрудников нужно выделять на ту или иную операцию для наилучшего использования ресурсов поможет функционально-стоимостной анализ операций [1].

Функционально-стоимостной анализ предполагает выполнение следующих этапов.

1. Составление перечня всех возможных действий (работ), выполняемых на предприятии.
2. Подсчёт количества этих действий за определённый интервал времени.
3. Определение базовой стоимости и цены каждого действия.
4. Распределение косвенных затрат на действия, определение полной стоимости каждого действия.

На первом этапе необходимо уточнить перечень всех услуг (работ), которые составляют текущую деятельность сервисного предприятия. Для этого обычно используют бухгалтерскую и статистическую отчётность предприятия, наблюдения, опросы работников, анкетирование, и т. д. Для повышения достоверности информации необходимо объяснить всем работникам, что чем подробнее они опишут свои действия, тем значительней будет выглядеть работа предприятия. Также необходимо учитывать, что излишняя детализация работ или их искажение может значительно усложнить анализ структурной и функциональной модели процесса.

На втором этапе, наряду с ранее использовавшимися отчётами о работах с указанием количества выполненных услуг за период времени, необходимо выявить другие исходные данные, необходимые для расчёта промежуточных и главных количественных показателей, такие как:

- нормативная (или экспериментальная) продолжительность работ;
- фактическая продолжительность выполнения услуг;
- количество часов работы и размер заработной платы сотрудников.

Например, сервисное предприятие оказывает три вида услуг по ремонту бытовой техники. В штате предприятия три мастера-универсала, каждый из которых может выполнять любую работу. Зарплата каждого мастера составляет 24 000 рублей. Установлены экспериментально нормативы выполнения услуг: первой - 2 часа, второй - 3 часа и третьей - 5 часов, соответственно.

Все данные приведены в таблице 1.

Таблица 1

Исходные данные для задачи

Вид работ	Состав мастеров, чел	Зарплата, рублей в месяц	Длительность рабочего времени, час. в месяц	Среднее значение выполняемых услуг в месяц	Нормативное время выполнения работ, час.
Оказание услуги 1	1	16000	160	50	2.
Оказание услуги 2	1	16000	160	30	3
Оказание услуги 3	1	16000	160	20	5
ИТОГО	3	48000	480	100	10

Третий этап является наиболее сложным, так как не всегда ясно, как точно оценить стоимость выполнения некоторых услуг.

Так как сотрудник предприятия может выполнять работы по оказанию любой из услуг, предоставляемых предприятием, то посчитать стоимость работ сотрудника по каждой услуге можно, используя удельный вес каждой услуги, который характеризует ее значимость, как представлено в таблице 2.

Удельный вес оказываемых услуг

Вид работ	Нормативное время выполнения работ, часов на услугу	Удельный вес работ по услугам
Оказание услуги 1	2	$2/(2+3+5) = 0,2$
Оказание услуги 2	3	$3/(2+3+5) = 0,3$
Оказание услуги 3	5	$6/(2+3+5) = 0,5$
Суммарные значения	10	1,0

Из таблицы 1 следует, что среднее количество часов работы одного сотрудника предприятия в месяц составляет 160 рабочих часов, а 3-х сотрудников – 480 часов.

Выявив удельный вес времени выполнения и значимость всех работ, которые закреплены за сотрудником и сколько работ каждого вида сотрудник выполняет в течение месяца, получим данные для таблицы 3.

Затраты на оказание услуг

Вид работ	Объем оказанных услуг в месяц	Удельный вес работ по услугам	Временные затраты на выполнение работ по услугам, часов в месяц
Оказание услуги 1	50	0,2	$480*50*0,2/(50*0,2+30*0,3+20*0,5) = 165,5$
Оказание услуги 2	30	0,3	$480*30*0,3/(50*0,2+30*0,3+20*0,5) = 149$
Оказание услуги 3	20	0,5	$480*20*0,5/(50*0,2+30*0,3+20*0,5) = 165,5$
ИТОГО	100	1,0	480

Из таблицы 3 можем определить фактическое время на оказание каждой услуги в месяц любым из сотрудников предприятия.

Зная среднемесячное число и фактическое время на оказание каждой услуги в месяц, можно определить фактическое время выполнения одной услуги, как представлено в таблице 4.

Расчёт эффективности оказания услуг

Вид работ	Объём оказанных услуг в месяц	Затраты времени в месяц час.	Фактическое время на выполнение одной услуги в мин	Нормативное время на выполнение услуг, мин.	Эффективность по фактически оказанным услугам
Оказание услуги 1	50	165,5	$165,5 \cdot 60 / 50 = 198,6$	120	$J_1 = 120 / 198,6 = 0,6$
Оказание услуги 2	30	149	$149 \cdot 60 / 30 = 298$	180	$J_2 = 180 / 298 = 0,6$
Оказание услуги 3	20	165,5	$165,5 \cdot 60 / 20 = 496,5$	300	$J_3 = 300 / 496,5 = 0,6$
ИТОГО	100	480		600	$J_{об} = 0,6$

Из таблицы 4 следует, что при сравнении нормативного времени оказания услуг с фактическим можно определить эффективность работы предприятия при выполнении каждой из услуг. Например, эффективность оказания 1-й услуги составит $J_1 = 120 / 198,6 = 0,6$, то есть 60 %. Эффективность работы всего предприятия может быть найдена как среднее арифметическое эффективностей оказания всех услуг $J_{об} = (0,6 + 0,6 + 0,6) / 3 = 0,6$, то есть 60 %

Следует заметить, что эффективность оказания каждой услуги и предприятия в целом может характеризовать и уровень сервиса, предоставляемого предприятием своим клиентам.

Эффективность 60 % говорит о том, что работа сотрудника предприятия или неэффективна, или он полностью не загружен, или сотрудник выполняет дополнительные, неучтённые операции (действия). Кроме того, такая оценка эффективности может говорить о недостаточной квалификации сотрудников и являться поводом для их замены, необходимости дополнительного обучения или сокращения состава.

Заметим, что для анализа уровня сервиса и загруженности отдельных работников предприятия и выявления «узких мест» может быть применён другой подход к расчётам эффективности. Так, например, если сотрудники

закреплены за выполнением только одной конкретной услуги, то эффективность их работы будет рассчитана как показано в таблице 5.

Таблица 5

Расчёт эффективности работы сотрудников

Вид работ	Состав мастеров, чел.	Длительность рабочего времени, часов в месяц	Среднее значение выполняемых услуг в месяц	Нормативное время выполнения работ, час.	Расчётные затраты времени на выполнение услуг, час.	Эффективность сервиса по фактически оказанным услугам
Оказание услуги 1	1	160	50	2.	100	0,63
Оказание услуги 2	1	160	30	3	90	0,56
Оказание услуги 3	1	160	20	5	100	0,63
ИТОГО	3	480	100	10	290	0,61

Из таблицы 5 следует, что при сравнении расчётного времени оказания услуг с месячными затратами рабочего времени сотрудника можно определить эффективность работы каждого отдельного сотрудника при выполнении той или иной услуги. Так, 1-й и 3-й сотрудники, выполняющие соответствующие услуги, загружены на 63 %, а 2-й сотрудник - на 56 %, Это говорит о наличии проблемы в процессе оказания услуги 2. Однако в целом уровень эффективности предприятия остается около 60 %.

Полученные временные оценки являются достаточно важными для проведения базовой стоимостной оценки.

Из таблицы 1 известны месячные суммы: рабочего времени и зарплаты сотрудников предприятия (480 часов и 48 000 рублей соответственно), тогда можно рассчитать базовую стоимость выполненных за месяц работ и базовую цену оказанных услуг, представленных в таблице 6.

Анализ базовой стоимости и цены услуг

Вид работы	Объем выполненных работ в месяц	Затраты времени, часов в месяц	Базовая стоимость работ по услугам, рублей.	Базовая цена по услугам руб.
Оказание услуги 1	50	165,5	$48000 * 165,5 / 480 = 16550$	$16550 / 50 = 331$
Оказание услуги 2	30	149,0	$48000 * 149 / 480 = 14900$	$14900 / 30 = 496,67$
Оказание услуги 3	20	165,5	$48000 * 165,5 / 480 = 16550$	$16550 / 20 = 827,5$
ИТОГО	100	480		

Анализ базовой стоимости и цены работ из таблицы 6 можно использовать:

- для расчёта цены на оказание услуг на предприятии;
- для сравнения цены на оказание услуг у конкурентов;
- для сравнения стоимости одной и той же операции, выполняемой разными сотрудниками, что позволит переназначать сотрудников по работам.

Четвёртый этап необходим для распределения косвенных затрат на действия, выполняемые за рабочий период, с целью определения полной стоимости каждого действия. К косвенным затратам следует отнести:

- коммунальные платежи, например, в размере 2 000 рублей в месяц, которые должны распределяться пропорционально времени оказания услуг, как показано в таблице 7;
- затраты на приобретение и содержания запасов ремонтных материалов и запасных частей, например, в размере 50 000 рублей в месяц, которые должны распределяться пропорционально количеству оказанных услуг, как показано в таблице 8.

Таблица 7

Распределение коммунальных платежей

Вид работы	Затраты времени, часов в месяц	Расчётная дополнительная стоимость работ по услугам, рублей.	Дополнительная цена по услугам рублей
Оказание услуги 1	165,5	$2000 * 165,5 / 480 = 689,59$	$689,59 / 50 = 13,80$
Оказание услуги 2	149,0	$2000 * 149 / 480 = 620,84$	$620,84 / 30 = 20,70$
Оказание услуги 3	165,5	$2000 * 165,5 / 480 = 689,59$	$689,59 / 20 = 34,48$

Распределение затрат на приобретение и содержания запасов ремонтных материалов и запасных частей указаны в таблице 8.

Таблица 8

Распределение затрат

Вид работы	Объём выполненных работ в месяц	Расчётная дополнительная стоимость работ по услугам, рублей.	Дополнительная цена по услугам рублей
Оказание услуги 1	50	$50\ 000 * 50 / 100 = 25000$	$25000 / 50 = 500$
Оказание услуги 2	30	$50000 * 30,9 / 100 = 15000$	$15900 / 30 = 500$
Оказание услуги 3	20	$50000 * 20 / 100 = 10000$	$10000 / 20 = 500$
ИТОГО	100		

Зная расчётные данные по базовой и дополнительной стоимости выполненных работ за месяц, можно определить общие затраты и цену на выполнение услуг, предоставляемых предприятием.

Таблица 9

Общие затраты и цена на выполнение услуг

Вид работы	Объём выполненных работ в месяц	Затраты времени, часов в месяц	Расчётная цена по услугам, рублей			
			базовая	дополнительные затраты		Итоговая
				по платежам	по запасам и материалам	
Оказание услуги 1	50	165,5	331,00	13,80	500,00	844,80

Оказание услуги 2	30	149,0	496,67	20,70	500,00	1017,37
Оказание услуги 3	20	165,5	827,50	34,48	500,00	1361,98
ИТОГО	100	480				

Таким образом, применение ФСА работы предприятия сервиса позволяет:

- определить временные параметры работ по оказанию услуг клиентам предприятия;
- провести расчёты затрат и базовой стоимости выполненных работ по оказанию конкретных услуг и распределить дополнительные затраты между видами работ;
- рассчитать фактическую цену оказываемых услуг;
- определить уровень сервиса, оказываемого предприятием, и «узкие места», влияющие на эффективность работы персонала предприятия.

Список литературы:

1. Кузьмин, И. В. Расчёт операций на складе / «Логистика и управление», № 1, 2007.
2. Силин, А. В. Функционально-стоимостной анализ реализации товаров предприятия торговли // Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы IV всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Пермь, 21-23 ноября 2011 г.). Том 1/ПИ (Ф) ФГБОУ ВПО РГТЭУ. – Пермь : изд. «ОТ и ДО», 2011. - С. 176-181 / (ISBN 978-5-43-67-0020-5).

Чеглов Вячеслав Петрович

*доктор экономических наук, профессор, доцент,
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва*

УПРАВЛЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ И РЕСУРСАМИ КАК ОТВЕТ НА СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: в статье обобщаются результаты исследования в части анализа практики формирования и управления торговыми организациями России нематериальных активов.

Ключевые слова: торговля, нематериальные активы и ресурсы, проблемы и пути решения.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, номер проекта № 20-010-00356.

MANAGEMENT OF INTANGIBLE ASSETS AND RESOURCES AS A RESPONSE TO MODERN ECONOMIC CHALLENGES

Abstract: the article summarizes the results of the study in terms of analyzing the practice of formation and management of Russian trade organizations of intangible assets.

Key words: trade, intangible assets and resources, problems and solutions.

События с мировым политико-экономическим кризисом показали, что «ахиллесовой» пятой российских компаний, и, прежде всего, в области торговли, является их значительно более низкая оценка рынком на фоне завышенной оценки зарубежных конкурентов, представленных в нашей стране. Мы столкнулись с недооценкой отечественных частных компаний, резким падением стоимости выпущенных ими акций, с одной стороны, проблемой необеспеченности стоимости уходящих с нашего рынка брендов, с другой стороны. Обе проблемы связаны не только с обострением конфликта Восток – Запад, но и с разными подходами к управлению нематериальными активами и ресурсами со стороны бизнеса. Нам предстоит что-то хорошее взять за рубежом, а отчего-то, возможно, отказаться.

Если обратиться к цифрам, то за последнюю четверть века стоимость нематериальных активов в мире выросла более чем на порядок, с \$ 6 трлн в 1996 г. до более чем \$ 75 трлн. При этом уже сегодня нематериальные активы (НМА) мира превышают материальные. Во многом ставка на НМА, их учёт на балансе с последующей капитализацией, определяет гегемонию американских компаний, ведь в этой стране доля НМА составляют более $\frac{3}{4}$ всех активов страны. В Китае сегодня этот показатель значительно уступает и достигает пятой части активов, в то же время в России он оценивается в 9 %. Но даже эта цифра завышена, как показывает проведённый нами анализ [1, с. 141-146].

В ряде зарубежных компаний НМА формируют сегодня до 85 % рыночной стоимости компаний [2]. В нашей стране ситуация кардинально иная. Согласно размещенным управляющими компаниями ведущих торговых систем онлайн ритейла данным «Вайлдберриз», «Озон», «Ситилинк», доля НМА во внеоборотных активах ничтожно мала, и колеблется от 0,18 до 0,41 %, причём показатель нестабилен и «скачет» из года в год. При этом все эти компании тратят огромные деньги на создание уникального программного обеспечения, формирование баз данных поставщиков и покупателей, приобретение лицензий, развитие продуктов под собственной торговой маркой, наконец, «раскручивание» бренда.

Несколько лучше обстоит дело у лидера офлайн сегмента ритейла, торговой системы X5 Retail Group, которая за годы пандемии становится драйвером онлайн сегмента продовольственной торговли. И хотя доля последних составляет всего 3,8 %, она в разы выше, чем у крупнейших онлайн систем. Да и в абсолютном значении НМА превысили 30 млрд рублей, что уже весьма заметно. Но в сравнении с зарубежными компаниями показатель остается в разы ниже. К тому же темпы роста нематериальных активов отстают от роста материальных основных средств. И это показатель отношения компаний к учёту НМА, влияние условий ведения бизнеса. И также не отмечается стабильности: доля НМА то подрастает, то сокращается [3]. В чём же причины? Куда уходят многомиллионные вложения?

Получается, что торговые компании предпочитают списывать стоимость приобретения ряда НМА на текущие затраты. Не говоря уж о вложениях в собственные разработки, которые в нашей стране принято относить сразу на стоимость продукта. Нельзя не отметить и значительные величины Гудвилла в российских компаниях, который только в случае с X5 Retail Group превышал 100 млрд рублей, во многом отражая результат проводимой политики поглощений. Но ведь компании переплачивают за что-то, чаще всего за ... нематериальные активы, которые сложно сейчас оценить и учесть. Или не выгодно?

Проблемной нам представляется оценка создаваемых внутри системы нематериальных продуктов [4-5]. Для современных торговых систем это, прежде всего, долгосрочные права аренды (магазинов или пунктов приема-выдачи заказов). Этот продукт становится всё более актуальным в условиях, когда большинство торговых систем в России предпочитает развиваться по модели аренды, приобретая готовую инфраструктуру у конкурентов на условиях аренды. Для примера, X5 Retail group в 2019 г. опубликовала оценку прав аренды торговых площадей в 428 млрд руб. И это не итоговая оценка. За один только 2020 г. торговая система перекупила права долгосрочной аренды 21 объекта совокупной торговой площадью около 33 тыс. кв. м. на Урале и в Поволжье [3]. Эти права напрашивается учитывать в рыночной цене бизнеса. Но вот как оценить стоимость этого актива? Можно предложить рассмотреть оценку «пакетной» перепродажи этих прав. Методику такой оценки, понятно, надо ещё разработать.

Не меньшее значение для современной торговой организации является актив в форме долгосрочных договоров с поставщиками. Его также непросто идентифицировать. Но он жизненно важен для ведения бизнеса, его стабильности [6, с. 197-205]. Оценить этот вид актива трудно, поскольку непонятно, что брать за основу? Стоимость контракта или время его действия? Охват ассортимента? На наш взгляд, следует выводить интегральный показатель, учитывающий также вложения в коммуникации с поставщиками, инструментарий подтверждения состоятельности и надёжности последних, качества и безопасности их товаров.

Проблемы выявлены и в отражении затрат на используемые отечественными компаниями программные продукты и базы данных. Ритейлеры, как ни один другой бизнес, постоянно совершенствуют приобретенные ими НМА. Осуществляют капитальные вложения в их абгрейд. При этом затраты показывают в отчёте как текущие издержки, оптимизируя прибыль [7, с. 15-22]. Таким образом, они реализуют тактическую задачу. Налоговые органы это видят, но для них важнее исполнение компаниями

установленных правил. Государству же стратегически выгоднее, чтобы компании поднимали свою капитализацию, наращивали нематериальные активы. Но и разрешить им самостоятельно решать, сколько отнести на НМА, а сколько на текущие затраты не хочется, а вдруг завьесят оценку. И здесь мы видим проблему отсутствия информации по рыночным ценам продажи разного вида НМА. А практика экспертных оценок и их признания рынком пока в стране не сложилась. Эти возможности надо срочно формировать.

Ещё больший интерес представляет такой вид НМА, как инструменты формирования лояльности покупателей в социальных сетях, через которые сегодня идёт реклама и часть продаж. В разработку и применение этих инструментов вкладываются значительные суммы, создаются долговременные активы, которые обеспечивают тот или иной коммерческий результат. А вложения в создание самих инструментов учитываются как текущие затраты. Вместе с тем, само наличие каналов влияния на покупателей повышает капитализацию ритейлера! И здесь можно принять во внимание аудиторию, показатели конвертации предложения и другие подходы для оценки стоимости такого актива.

В качестве НМА следует рассматривать уровень профессиональной подготовки менеджмента и персонала. Эта практика давно востребована за рубежом, а у нас мы постоянно уходим от неё, хотя при покупке той или иной компании покупатель всегда обращает внимание на степень подготовленности менеджмента приобретаемого объекта. Нам ещё только предстоит разработать методологические подходы к оценке кадрового потенциала. Причём разработка механизмов оценки НМА ускорится, если государство простимулирует процессы создания и применения нематериальных продуктов, даст определённые льготы тем компаниям, которые станут этим активно заниматься.

Что отечественные компании и наше государство достигнут при таком подходе? Во-первых, они получают определённую стабильность, способность контролировать принадлежащие им технологии и нематериальные продукты при переходе разработчиков и персонала в конкурирующие компании, при

недружественных действиях конкурентов, получают доказательную базу при решении спорных ситуаций в судах. Во-вторых, отечественные компании улучшат кредитные рейтинги и способность привлекать кредиты и займы по обеспечению в виде НМА. Возможность постепенного отражения затрат в результатах, маневрировать ресурсами. Смогут показывать более привлекательные значения показателя EBITDA, а также прибыли. К тому же мы получим более «здоровую» картину финансового состояния ритейлеров. В-третьих, подрастёт капитализация НМА, что улучшит конкурентоспособность отечественных компаний на мировом рынке или его сегменте, обеспечит рост интереса к ним со стороны инвесторов дружественных стран. Да, при этом вырастут у компаний налоги, но вот здесь вмешательство государства и напрашивается.

Реализация столь глубокой перестройки бизнес-сознания и практики предполагает, прежде всего, политическую волю со стороны государства, признание необходимости ускоренного наращивания и вовлечения в оборот нематериальных ресурсов и стимулирования субъектов рынка к активизации разработки и внедрения инноваций. И, если мы хотим инновационного развития и конкурентоспособности отечественных компаний на мировом рынке, у них должны быть «развязаны руки». То есть, обществу следует признать право субъектов рынка создавать и, главное, оценивать, создаваемые ими НМА, право самим решать закладывать долгосрочную или ускоренную амортизацию таких вложений. С другой стороны, следует ограничить возможности торговых компаний относить затраты на нематериальные активы на текущие издержки с занижением прибыли.

Необходимо не только сформулировать чёткий методологический подход к оценке стоимости НМА, но и создать публичную информационно-справочную базу по сделкам с НМА, практике их независимой оценки. Результаты могли бы печататься в информационном бюллетене. Здесь же можно отразить и зарубежную практику, что повысило бы объективность информации. И понятно, что нужна внятная методика оценки стоимости

нематериальных активов, созданных компанией, подходы к переоценке стоимости в условиях непрерывных изменений, появления новых технологий, списания остаточной стоимости в условиях замены продукта или наличия у хозяйствующего субъекта таких устремлений.

Параллельно следует решить проблему защиты компаний от недобросовестных действий третьих лиц при опубликовании столь востребованной рынком информации. Установить пределы необходимого и допустимого в отношении раскрываемой информации. Следует разрешить субъектам отечественного рынка самим самостоятельно оценивать собственные разработки нематериальных продуктов, исходя из фактически понесённых затрат. Ну и необходима широкая дискуссия с участием предпринимателей, менеджеров, научного сообщества и чиновников для того, чтобы выработать действенные стимулы для компаний не просто развивать нематериальные продукты, но и придерживаться цивилизованных практик обращения с ними, перехода от практики сиюминутного результата к практике формирования результата будущего, социально значимого. И как всегда в таких случаях, нужно предусмотреть формы отчётности по нематериальным продуктам, по которым можно было бы контролировать компании и предлагать обоснованные стимулы. А с другой стороны - получать достоверную информацию о состоянии дел.

Список литературы:

1. Данные аналитического агентства Nielsen. URL: http://mdmag.ru/trendy/ot-chastnogo-k-obshchemu2/?sphrase_id=8673
2. Данные годовых отчётов X5 Retail Group». URL: <https://www.x5.ru>
3. Panasenko, S. V., Cheglov, V. P., Ramazanov, I. A. [et al]. Improving the innovative development mechanism of the trade sector Journal of Advanced Pharmacy Education and Research, 2021. – Vol. 11. – No 1. – P. 141-146.
4. Panasenko, S. V., Ramazanov, I. A., Cheglov, V. P. [et al]. Retail Transformation under the Influence of Digitalisation and Technology Development in the Context of Globalisation. J. Open Innov. Technol. Mark. Complex, 2021, 7, 49.
5. Сейфуллаева, М. Э. Проблемы и перспективы розничной торговли в России: первые итоги влияния пандемии и что нас ждет в обозримом будущем /

М. Э. Сейфуллаева, В. П. Чеглов, С. В. Панасенко. Маркетинг в России и за рубежом, 2021. - № 1. - С. 75-84.

6. Чеглов, В. П. Проблемы формирования нематериальных активов в торговых системах на примере X5 Retail Group / В. П. Чеглов, Ю. В. Платонова. Журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование», 2020. - № 2. - С. 197-205.

7. Чеглов, В. П. Тренды и особенности развития внутренней торговли России в условиях перманентного экономического кризиса / В. П. Чеглов, А. Н. Столярова. Практический маркетинг, 2019. - № 3. - С. 15-22.

Ширинкин Константин Владимирович

аспирант

Пермского государственного аграрно-технологического университета

им. академика Д. Н. Прянишникова, г. Пермь

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Аннотация: в статье рассматриваются особенности формирования модели рынка консалтинговых услуг с учётом макроэкономических и региональных факторов. Проанализированы статистические показатели развития консалтинговых услуг, отмечены глобальные тенденции, характерные для большинства субъектов страны. Определены ключевые факторы влияния на динамику показателей рынка консалтинга. Сформулированы особенности современной модели рынка консалтинговых услуг.

Ключевые слова: рынок консалтинговых услуг, модель рынка, факторы влияния, макроэкономические условия, региональные особенности.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE MODERN MODEL OF THE CONSULTING SERVICES MARKET

Abstract: the article discusses the features of the formation of the consulting services market model taking into account macroeconomic and regional factors. Statistical indicators of the development of consulting services are analyzed, global trends characteristic of most subjects of the country are noted. The key factors influencing the dynamics of the consulting market indicators are identified. The features of the modern model of the consulting services market are formulated.

Key words: consulting services market, market model, factors of influence, macroeconomic conditions, regional peculiarities.

Сфера услуг в последнее десятилетие развивается динамичными темпами, рынок консалтинга в России не стал исключением. К основным макроэкономическим условиям, определяющим динамику различных видов

экономической деятельности, следует отнести:

- снижение ключевых показателей экономики стран мира, обусловленное геополитическим давлением, санкциями, ростом цен на энергоносители и иными глобальными кризисными факторами;

- снижение доходов и темпов интенсификации крупного бизнеса, сетевых корпораций, которые являются основными заказчиками на региональных консалтинговых рынках;

- оптимизация расходов бизнес-структур, которая по-разному отражается на консалтинговых услугах, повышая риски падения оборота крупных консалтинговых компаний в регионах.

При этом необходимо отметить устойчивость консалтинговых компаний к системным и усиливающимся кризисным явлениям различного происхождения. Совокупный доход крупных консалтинговых компаний в России в соответствие со статистическими данными проведенного анализа на период к 2017 году достиг 97,1 млрд рублей, всего за один год рост его составил 10 процентов. Это был самый большой скачок в период с 2014 года, который позволил предотвратить инфляцию (2,5 % за 2017 год, по данным Федеральной службы государственной статистики) [1]. Необходимо отметить, что такой высокий рост прибыли консалтинговых компаний был отмечен в 2014 году (9 %), когда инфляция составляла 11,4 %; в 2015 темпы роста составляли на два процента меньше, при инфляции 12,9 %, а в 2016 доход консалтинговых специалистов составил 5 %, инфляция в данный период составляла 5,4 процента [1] (рисунок 1).

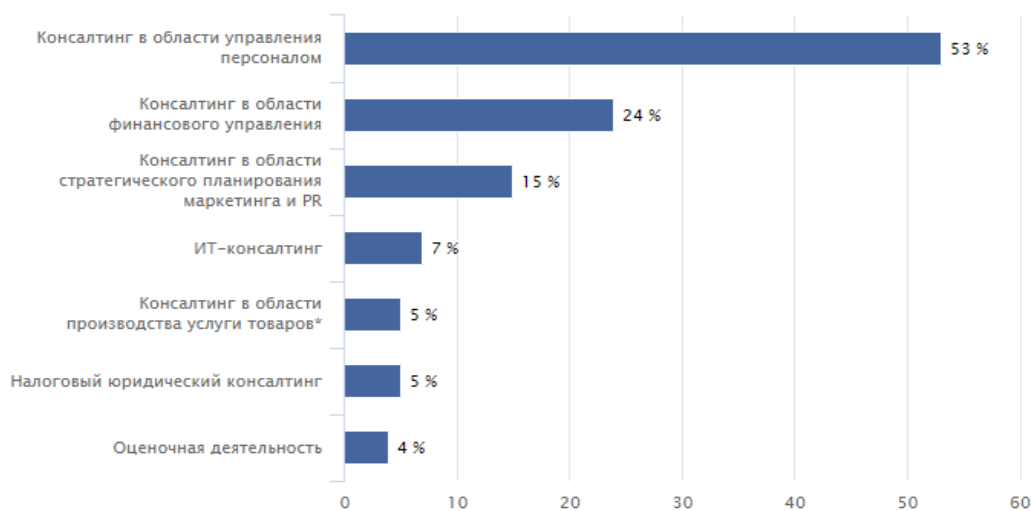


Рисунок 1 - Динамика общего оборота субъектов консалтинга в 2017 году (составлено по данным [1])

В течение данного периода сфере консалтинга удалось добиться стабилизации своей деятельности и равновесного положения на рынке. Также в ходе анализа был выявлен рост консалтинговых специалистов, который составил 6 % (22 709 человек), что подчёркивает факт активного роста и развития данной сферы [1].

Приоритетными областями консалтинговых услуг стали ИТ и кадровый консалтинг. Это связано с тем, что кризис и инновационные тенденции на рынке профессий изменили подходы бизнеса к кадровой политике и способствовали формированию качественно иного подхода к управлению и развитию персонала.

В 2018-2019 году возникающие сложности в сфере промышленности и заморозки производства способствовал тому, что динамичный рост ИТ-консалтинга несколько замедлился, однако созданный отложенный спрос и динамично создаваемые цифровые решения в различных областях, включая государственное корпоративное управление, способствуют повышению потенциала данного вида услуг и росту прибыли субъектов на региональных рынках [2, 3].

Можно отметить рост спроса и предложения на услуги по оценке бизнеса и активов, что также объясняется рыночными тенденциями, усиливающимися

проблемами и рисками для бизнеса. Спад на услуги в сфере стратегического планирования связан с высокой нестабильностью и потребностью оперативного и антикризисного управления [3].

В 2020 году наиболее востребованными в консалтинговой отрасли являются направления развития стратегии и маркетинга, управление финансами и аутсорсинг бизнес-процессов, внедрение ИТ-технологий в рамках цифровизации, юридическое сопровождение и налоговое консультирование. ИТ-консалтинг принёс отрасли наибольшую прибыль в 2020 году, общий доход консалтинговых компаний составил 40,63 млрд рублей (57 %), из которых 29,79 млрд рублей прибыль, полученная от консалтинговых проектов в рамках разработки и системной интеграции [4].

Особенностями современной модели рынка консалтинговых услуг являются:

- последовательное увеличение услуг в сфере системной интеграции, которые обеспечивают субъектам рынка консалтинговых услуг стабильный рост оборота (12-17 % ежегодно) и положительную рентабельность;

- потенциально привлекательными областями сферы консалтинга стали экспертизы и производственная сфера, позволяющая сделать вывод о недооценке потенциала данных областей для участников региональных рынков;

- кризисные периоды и периоды экономических спадов характеризуются ростом спроса на услуги управленческого консалтинга;

- потребителями консалтинговых услуг становятся крупные промышленные предприятия, которым необходимо адаптировать системы производства под цифровые решения и технологии, активно внедряемые в экономике;

- формирование новых условий труда, образования и профессиональной деятельности, обусловленных дистанционным форматом способствует росту спроса на ИТ-консультирование, несмотря на некоторые сложности и отложенный спрос, связанный с проблемами реализации проектов.

Список литературы:

1. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт». Развитие консалтинговых услуг в 2017 году [Электронный ресурс]. URL: <https://raex-a.ru/researches/consulting/2017> (дата обращения: 10.09.2022).
2. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт». Развитие консалтинговых услуг в 2018 году [Электронный ресурс]. URL: <https://raex-a.ru/researches/consulting/2018> (дата обращения: 10.09.2022).
3. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт». Развитие консалтинговых услуг в 2019 году [Электронный ресурс]. URL: <https://raex-a.ru/researches/consulting/2019> (дата обращения: 10.09.2022).
4. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт». Развитие консалтинговых услуг в 2020 году [Электронный ресурс]. URL: <https://raex-a.ru/researches/consulting/2020> (дата обращения: 10.09.2022).

СЕКЦИЯ II. РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РФ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Андреев Артём Андреевич

аспирант

РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассмотрено понятие маркетплейсов как одного из самых актуальных трендов рынка, который позволяет дополнительно оптимизировать экономику продаж. Проанализированы преимущества маркетплейсов, выявлена динамика развития рынка маркетплейсов, указаны лидеры среди маркетплейсов (среди которых Wildberries, OZON, AliExpress, Сбермегамаркет и Яндекс.Маркет), выделены основные тенденции развития маркетплейсов.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, маркетплейсы, Интернет-магазины, современные технологии.

ANALYSIS OF THE MODERN MARKETPLACE MARKET IN RUSSIA

Abstract: the article considers the concept of marketplaces as one of the most relevant market trends, which allows to further optimize the sales economy. The advantages of marketplaces are analyzed, the dynamics of the market development of marketplaces is revealed, the leaders among marketplaces (including Wildberries, OZON, AliExpress, Sbermegamarket and Yandex.Market) are indicated, the main trends in the development of marketplaces are highlighted.

Key words: e-commerce, e-commerce, marketplaces, online stores, modern technologies.

Актуальность темы, связанной с исследованием современного рынка маркетплейсов в России является достаточно важной, учитывая стратегию поиска перспективных направлений развития отечественной экономики и её отдельных отраслей (в том числе торговой сферы) в условиях экономических санкций и импортозамещения.

Исследование показало, что маркетплейсы являются одним из самых актуальных трендов рынка, который позволяет дополнительно оптимизировать экономику продаж. Кроме того, в условиях карантина, вызванного COVID-19, и смещения акцента в сторону онлайн-торговли маркетплейсы стали также и одним из самых востребованных среди покупателей каналов продаж.

Маркетплейсы - это удобные площадки для продажи товаров в интернете [1]. Рассмотрим их преимущества подробнее.

1. Это готовая площадка для размещения товаров. Маркетплейсы – уже готовый инструмент для реализации товаров. Посещаемость их растёт, площадки берут на себя привлечение клиентов, технические настройки сайта. Селлеру достаточно пройти простую регистрацию, добавить фото, информацию и цену товара, чтобы приступить к продажам [3, 4, 5, 6, 7].

2. SEO-оптимизация и продвижение. ИТ-специалисты самостоятельно оптимизируют работу сайта, проводят все настройки. Маркетплейсы закладывают большие бюджеты на маркетинг, используют все каналы продвижения. За счёт правильной настройки карточек, продавец может оказаться в большом количестве категорий и ранжироваться по широкому списку поисковых запросов.

3. Готовая логистика. Маркетплейсы берут на себя доставку товара до клиентов. Отгрузившись на склад маркетплейсов, селлеру не нужно заниматься вопросами логистики. Площадки берут фиксированную стоимость за доставку до пунктов выдачи. Поэтому сейчас сложно конкурировать Интернет-

магазинам с маркетплейсами, так как они предоставляют бесплатную доставку от 1 дня. Такие крупные маркетплейсы как OZON и Wildberries доставляют товары по всей России и продолжают развивать свою логистическую инфраструктуру, открывая новые пункты выдачи, сортировочные центры и складские площади.

На данный момент маркетплейсы развиваются в 3 раза быстрее других участников электронной торговли в России [2, 8, 9]. В целом, анализ показал, что в 2021 году объём рынка маркетплейсов достиг 1,5 трлн рублей, рост с предыдущим составил 111 %. Лидерами рынка являются Wildberries, OZON, AliExpress, Сбермегамаркет и Яндекс.Маркет. Во 2 квартале 2022 года совокупный объём продаж маркетплейсов составил 400 млн заказов и 500 млрд руб. [10, 11]. Во втором полугодии 2022 года наблюдается продолжение положительной динамики темпов роста. Таким образом, маркетплейсы – действительно самое быстрорастущее направление электронной торговли.

Проведённое исследование позволило выделить основные тенденции развития рынка маркетплейсов:

1) рост доли маркетплейсов в общем объёме продаж электронной торговли. Во 2 квартале 2022 года доля маркетплейсов составила 44 %, что на 7 % больше, чем годом ранее;

2) более быстрый рост наблюдается у универсальных маркетплейсов. За 2021 год их доля выросла с 49 % до 62 % от общего числа заказов в интернете. Количество пунктов выдачи продолжает расти, развиваются новые логистические направления;

3) бюджеты продавцов на маркетинг растут. Появляется всё больше способов и инструментов для продвижения. Внутренняя реклама на площадках продолжает развиваться;

4) внедрение IT-решений и автоматизация бизнес-процессов. Уже сегодня для масштабирования бизнеса доступны сервисы, снижающие затраты, производящие мониторинг конкурентов и позволяющие повышать продажи.

Продукты, облегчающие и совершенствующие работу селлеров, также продолжают развиваться. Они помогают снять рутинные задачи с продавцов;

5) создание отечественных брендов. Тренд на перепродажу уходит, продавцы развивают собственные производства, выпускают товары под собственными торговыми марками. С ростом конкуренции селлеры стали более ответственно относиться к качеству своих товаров, упаковке, оформлению карточек;

б) растёт спрос на крупногабаритные товары. Маркетплейсы решают проблемы с логистикой, расширяя способы доставки для продавцов;

7) преимущество получают профессиональные продавцы. Маркетплейсы продолжают бороться с подделками, вводят сертификаты на товары.

Следует отметить, что особое значение в процессе развития маркетплейсов в условиях экономических санкций и импортозамещения будут иметь направления, которые, прежде всего, будут связаны с технологическими новшествами и которые коснутся:

- сервисов аналитики;
- сервисов для настройки рекламных кампаний;
- сервисов внешнего продвижения;
- технических сервисов;
- фулфилментов.

В целом, внедрение указанных технологических новшеств и последовательное совершенствование деятельности, позволят обеспечить прочную основу для развития рынков маркетплейсов в России и сохранения роста продаж.

Список литературы:

1. Иванов, Г. Г. Электронная коммерция: Учебник / Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина, Л. А. Брагин. - М. : ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2020. – 192 с.

2. Итоги Интернет-торговли 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://akit.ru/news/3-6-trln-rublej-itogi-goda-v-internet-torgovle/> (дата обращения: 11.09.2022).

3. Красильникова, Е. А. Тенденции развития электронной торговли России и стран Европейского Союза // Лизинг, 2022. № 1. - С. 5-11.

4. Мазунина, Т. А. Анализ нормативных требований к упаковке / Т. А. Мазунина, С. В. Панасенко. Российский экономический интернет-журнал, 2021. № 2.

5. Мазунина, Т. А. Роль и значение профессиональных стандартов в подготовке специалистов по направлениям «Торговое дело» и «Товароведение» / Т. А. Мазунина, С. В. Панасенко. В сборнике: Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе. Материалы XIV Международной научно-методической конференции, 2022. - С. 97-103.

6. Панасенко, С. В. Нормативно-правовое регулирование электронной торговли / В сборнике: Власть, бизнес и общество в цифровой экономике: глобальный и национальный контексты. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Ставрополь, 2022. - С. 46-48.

7. Панасенко, С. В. Развитие маркетплейсов как актуальная тенденция мировой торговли // С. В. Панасенко, Е. А. Красильникова. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы докладов пленарного заседания IX Международной научно-практической конференции. Статьи публикуются в авторской редакции, 2021. - С. 15-20.

8. Маркетинговое исследование. Селлеры на российских маркетплейсах, 2022. Товарные категории [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022_product_categories (дата обращения: 20.09.2022).

9. Панельная дискуссия «Логистика эпохи коронавируса: последняя миля [Электронный ресурс]. URL: <http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI-RoundTable16April2020.pdf> (дата обращения: 11.09.2022).

10. Рынок электронной торговли, новостной мониторинг выпуска 2021 [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/ecommerce_weekly (дата обращения: 20.09.2022).

11. Электронная торговля 2020-2024, прогноз Data Insight [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024 (дата обращения: 11.09.2022).

Глодных Наталья Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: в статье анализируются перемены в российской коммерции в направлении её сетевизации и цифровизации.

Ключевые слова: сетевая торговля, цифровая экономика.

INSTITUTIONAL CHANGES IN RUSSIAN TRADE

Abstract: the article analyzes the changes in Russian commerce in the direction of its networking and digitalization.

Key words: network trade, digital economy.

В настоящее время эволюционное изменение современных экономических систем происходит в следующих направлениях. Прежде всего, усиливается совместный характер хозяйственной деятельности как в рамках государственных экономик, так и в общепланетарном пространстве. Кроме того, явно наблюдается осуществление прямого производства и коммерции в сетях различного уровня и других разнообразных объединениях хозяйственных звеньев. Поэтому современная экономика может быть представлена в качестве глобальной и сетевой. В какой степени эти характерные черты присущи российской торговле и можно ли считать их окончательно закрепившимися, является предметом исследования данной статьи.

Институтами в экономической науке считаются устоявшиеся явления в социуме и оказывающие на хозяйственные процессы значительное влияние. Целое направление в западной экономической теории – институциональное, – их исследует и классифицирует. Первопричинами или факторами хозяйственной сферы можно назвать собственно экономические явления и процессы. Условиями или второстепенными причинами экономической деятельности выступают все остальные явления – политические, социальные, культурные и т. п.

Сравнительно новой чертой российской торговой сферы является хозяйствование коммерческих сетей. В индустриальных государствах торговые сети получили распространение в середине прошлого столетия, в российском обществе возникли в конце 90-х годов, иностранные сети вошли на отечественный торговый рынок в начале нынешнего века. Торговлю и сетевые структуры объединяют такие общие моменты как динамичность, гибкость и

интернациональный характер; они гармонично подходят друг другу. Поэтому не в прямом производственном секторе, а именно в сфере обмена стали первоначально функционировать сети. Характерно это и для российской экономики.

В настоящее время, по данным Федеральной службы государственной статистики, примерно тридцать процентов оборота розничной торговли РФ обусловлено деятельностью именно торговых сетей [1]. Поэтому можно считать, что данное явление уже перешло со стадий возникновения и становления на этап развития и оказывает важное воздействие на другие характеристики хозяйственной системы. Прежде всего, это касается конкурентной модели рыночной ситуации в российской торговой сфере.

Длительное время в отечественной торговле функционировало относительно небольшое количество крупных оптовых и розничных организаций и большое число розничных коммерческих фирм, характеризующихся средними и мелкими размерами и занимающих многочисленные рыночные ниши. Это типичные черты рыночной модели монополистической конкуренции.

Но, по мнению специалистов, из-за быстрого увеличения количества торговых сетей уже к 2002 г. отечественный рынок товаров и услуг начал приобретать олигополистические признаки. Сети, как ведущие участники коммерческой деятельности, стали контролировать основные сегменты рынка и договариваться между собой, нежели вести изнурительное и дорогостоящее соперничество. При этом речь шла не о прямой договоренности или ценовом сговоре в строгом смысле слова, а о взаимном мониторинге и конкурентном сдерживании друг друга [2]. Менее крупные участники рынка старались приспособиться к ведущим игрокам или имитировать их хозяйственное поведение. По мере экспансии сетей последние начали претендовать на обычные ниши несетевого торгового бизнеса, который сопротивляться им фактически не мог. Точно также ведут себя аутсайдеры по отношению к олигополиям.

Прошло два десятилетия, а преобразование монополистической конкуренции в модель олигополистической конкуренции в российской торговой сфере ещё не завершилось и продолжает осуществляться. Процесс к настоящему времени не окончился из-за масштабности внутреннего рынка и территориальной неравномерности его дислокации в границах страны, а также санкционного режима функционирования отечественной экономики в целом и торговой отрасли в частности. Проводимые властными структурами политики импортозамещения и параллельного импорта предполагают активизацию деятельности всех предприятий торгового обмена, включая несетевые структуры. Поэтому сейчас количество участников розничной торговли пока соответствует рыночной модели монополистической конкуренции (рисунок 1).



Рисунок 1 - Структура оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам в % [3, с. 46]

В российской розничной торговле даже за один год фиксируется явное увеличение крупных хозяйственных звеньев, а среди них сетевых. За десятилетие, с 2010 по 2020 годы, удельный вес оборота розничных торговых сетей в общем объёме оборота розничной торговли РФ вырос с 17,5 % до

38,5 % [3, с. 47]. Поэтому, согласно логике концентрации и централизации торгового капитала, ориентация развития отрасли к олигополистической конкуренции сохраняется.

В качестве другой важной особенности в современной российской торговле выступает функционирование иностранных коммерческих сетей. Последние по своей природе являются крупномасштабными транснациональными компаниями с мощными финансовыми ресурсами и передовыми менеджментом с маркетингом. Их появление на российском рынке товаров и услуг значительно влияет на уровень рыночной конкуренции. Иностранные сети в рамках собственного делового контура могут в случае необходимости удовлетворяться относительно низкой рентабельностью и демпинговыми товарными ценами на отдельных точках, обеспечивая при этом высокую результативность деятельности всей сети в целом. Подобное экономическое поведение демонстрируют любые сетевые образования, только у западных коммерческих предприятий-нерезидентов имеется больше возможностей для его реализации.

Кроме того, будучи объективно более зрелыми, иностранные торговые сети классифицируются как оптовые, оптово-розничные и производственно-торговые [4, с. 112]. Так или иначе, они предполагают в качестве составных звеньев оптовых поставщиков товаров, тогда как отечественные розничные сети функционируют относительно обособленно от оптовиков. Они лишь вступают с ними в договорные отношения и не минимизируют риск хозяйствования в случае нарушения контрактов. Поэтому исследователи обращают внимание на такое направление развития российских сетей, как взаимодействие сетевых элементов в оптовом звене [5, с. 312]. Сам по себе оптовый сектор российской торговли ещё недостаточно восстановился после системных рыночных реформ отечественной экономики. Возможно поэтому он и недостаточно задействован в функционировании национальных сетевых структур.

Официальная статистика РФ не учитывает количество иностранных торговых сетей в нашей экономике и их торговый оборот. Как правило, этим занимаются заинтересованные организации. Они фиксируют привлекательность внутреннего российского рынка для предприятий-нерезидентов и ежегодное появление новых зарубежных ритейлеров, несмотря на связанные с пандемией, санкциями и СВО обстоятельства. Последние факторы влияют на скорость увеличения данных хозяйствующих субъектов, а не на сам повышательный тренд [6]. Это означает, что экономическое соперничество российских и иностранных коммерческих сетей продолжается, что стимулирует отечественные предприятия развиваться далее.

Торговой сетевой структуре присущи следующие черты - общий центр управления и единая маркетинговая система; централизация закупочной деятельности; централизация информации о состоянии продаж, поставок, закупок; единое управление товарными и денежными потоками. Все эти моменты наилучшим образом реализуются с помощью ИТ-технологий, обеспечивающих общую информационную систему хозяйствования. С помощью глобальных электронных сетей создаётся единая база данных, включающая в себя сведения о платёжеспособности и конкурентной добросовестности граждан и других контрагентов. Поэтому деятельность коммерческих сетей и формирование современной цифровой экономики осуществляются исторически однонаправленно.

В настоящее время международные розничные торговые сети X5 Retail Group и др. хозяйствуют в периферийной для них сфере товарообмена России. Но при этом лидируют в ней, в том числе из-за более высокого уровня цифровизации своей деятельности. Одновременно можем наблюдать, что российские сети, даже региональные (например, Магнит), сейчас действуют не менее результативно [6]. Объясняется данный факт одновременным их собственным развитием в направлении цифровизации хозяйствования, и особенными условиями бизнеса в сложившемся глобальном противостоянии стран.

По итогам семи месяцев (февраль-август 2022 г.) оборот розничной торговли в стране сократился на 4,3 %, по сравнению с январем этого года при одновременном увеличении продовольственных и сокращении непродовольственных объёмов продаж [7].

Негативное влияние политических условий вызвало необходимость государственной поддержки отечественной торговой сферы. Властные структуры намереваются предпринять льготное кредитование коммерческой деятельности и предоставить в пилотном режиме субсидии на рекламу российских брендов для импортозамещения и внешней торговли в размере 500 млн рублей [8].

Это текущие события в российской торговле, которые кардинально не противостоят эволюционным переменам в ней, а, возможно, только замедляют их.

Список литературы:

1. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#)
2. Радаев, В. В. Изменение конкурентной ситуации на российских рынках (на примере розничных сетей) – <https://refdb.ru/look/2411697-pall.html>
3. Торговля в России, 2021: Стат. сб. / Росстат. - М., 2021. – 269 с. – https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1664090327&tld=ru&lang=ru&name=Torgov_2021.pdf
4. Колмакова, Т. Е. Зарубежные торговые сети в российской экономике // Т. Е. Колмакова, В. П. Воронин. Российское предпринимательство, 2008. № 11-2. – <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnye-torgovye-seti-v-rossiyskoy-ekonomike>
5. Зверева, А. О. Специфика внутренней торговли в свете Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года. // А. О. Зверева, Г. Г. Иванов, М. А. Перельман. Российское предпринимательство, 2018. – Том 19. – № 11. https://www.researchgate.net/publication/329551470_Specifika_vnutrennej_torgovli
6. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/%>
7. URL: <https://www.interfax.ru/business/860134>
8. URL: <https://www.interfax.ru/business/845043>

Захарова Светлана Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Саратовского государственного технического университета
им. Гагарина Ю. А., г. Саратов

НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ

Аннотация: в представленной статье отмечены приоритеты развития внешнеэкономической деятельности России согласно программы Министерства экономического развития. Приводится анализ экспорта и импорта России с некоторыми африканскими государствами, а также подчёркивается приоритет развития российской внешней торговли в Африке в качестве альтернативы западному направлению.

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, экспорт, импорт, Алжир, Египет, структура торговли.

DIRECTION OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE OF RUSSIA

Abstract: the presented article highlights the priorities for the development of Russia's foreign economic activity in accordance with the program of the Ministry of Economic Development. An analysis of Russia's exports and imports with some African states is given, and the priority of the development of Russian foreign trade in Africa as an alternative to the Western direction is emphasized.

Key words: foreign trade activity, export, import, Algeria, Egypt, trade structure.

Актуальность темы внешнеторговой деятельности России приобретает всё большее значение в связи с усложнением геополитической ситуации, изменением отношения со стороны традиционных контрагентов (стран Запада), расширением списка санкционных товаров, введением ограничений и реализацией ответных мер.

В связи с кардинальным изменением внешнеторгового сотрудничества России со странами Запада, Министерство экономического развития РФ выделяет следующие приоритетные направления развития экономической ориентации России.

- Развитие транспортно-логистической инфраструктуры, которая предполагает переориентацию с Запада на Восток к 2030 году.

- Импортозамещение, включающее в себя восстановление импорта из дружественных стран и развитие внутреннего производства.

- Технологический суверенитет и ускоренную цифровизацию, базирующиеся на модернизации системы управления НИОКР, расширении соглашений с госкорпорациями и компаниями-лидерами, а также производстве отечественного ПО.

- Стимулирование инвестиционной активности, заключающееся в поддержке импорта оборудования для инвестиционных проектов за счёт таможенно-тарифного регулирования и кредитования.

- Развитие финансового рынка, направленное на расширение механизмов привлечения длинных денег в экономику и стимулирование компаний к выходу на рынок капитала.

- Интеграция со странами-партнёрами, направленная на развитие торговли и независимой от третьих стран инфраструктуры финансового рынка, углубление производственной кооперации.

В данной статье приводятся некоторые статистические и аналитические аспекты, направленные на оценку взаимодействия России с африканскими государствами, так как существующий потенциал целесообразно расширять и адаптировать структуры экспорта и импорта в рамках двух- и многосторонних соглашений.

Целесообразность интереса к ведению бизнеса в рамках Африки представим следующими фактами.

Население африканского континента приближается к 1,38 млрд человек, что предполагает достаточно широкие рынки потребительских товаров, а сам потребитель в настоящее время не особо требователен к качеству товаров и процессу экологичности производства.

Природные богатства Африки представлены достаточными запасами минерального сырья (руды марганца, хромитов, бокситов и др.).

Немалые запасы кобальтовых и медных руд сосредоточены в Замбии и ДРК. Руды марганца сосредоточены в ЮАР и Зимбабве; платина, железные

руды и золото – в ЮАР; алмазы – в обеих Конго (ДРК и РК), Ботсване, ЮАР, Намибии, Анголе, Гане; фосфориты – в Марокко, Тунисе; уран – в Нигере, Намибии.

Северная и Западная Африка славятся запасами нефти и газа. Так, представим сравнение добычи газа в Африке и России за 2021г. (таблица 1).

Таблица 1

Добыча газа в России и странах Африки за 2021 г., млрд куб. м. [3, р. 29]

Африка, в т. ч.:	257,5	Россия	701,7
Алжир	100,8		
Египет	67,8		
Нигерия	45,9		
Ливия	12,4		
Остальные страны	30,6		

Наибольших успехов достигли страны Африки в горнодобывающей промышленности. По добыче многих полезных ископаемых Африке принадлежит лидирующее, а иногда монопольное место в мире. Обрабатывающая промышленность представлена лёгкой и пищевой.

Внешнеторговый оборот России со странами Африки в 2021 году вырос на 22 %, но пока составляет лишь 18 млрд долл. США. Основные наши торговые партнёры – Египет, Алжир, Марокко, Сенегал, ЮАР, Нигерия, Тунис.

При эффективном осуществлении внешнеторговых связей России и Африки можно достичь выгоды в 300-350 млрд долл. США (что превышает текущие показатели в 17,5 раз), а также сократить зависимость экспорта России от стран Запада практически в 2 раза.

ВВП Африки в 2,396 трлн долл. США приходится на 55 государств, из которых почти 0,5 трлн приходится на Египет и Алжир. Эти два государства представляют наибольший интерес для сближения с Россией, а также являются ведущими торговыми партнерами в Африке.

Россия традиционно поставляла в Африку вооружение и продовольствие, а в качестве импорта получала полезные ископаемые и пищевую продукцию. Однако, Африка является важным рынком сбыта российской аграрной

продукции, что подтверждается следующим – в 2021 году на государства Африки пришлось 12 % всего объёма аграрного экспорта России.

Значительная часть российского экспорта приходится на страны Северной Африки по причине удобной логистики, налаженных связей с сетями дистрибуции и высокой степени европеизации потребления.

В качестве приоритетных рынков надо рассматривать такие страны, как Кения, Нигерия, Тунис, Эфиопия, ЮАР, Маврикий, Гана, Ангола и Камерун. На эти государства приходится около 40 % населения Африки, а также треть импорта сельскохозяйственных товаров.

Так как Алжир и Египет возглавляют список приоритетного направления развития внешнеторговых связей России, то проанализируем состояние внешней торговли этих двух государств с Россией.

Показатели экспорта и импорта России в данные страны отразим в таблице 2.

Таблица 2

Показатели внешней торговли России с Алжиром и Египтом
в 2021 году

Показатель	Алжир	Доля Алжира во внешней торговле России, %	Египет	Доля Египта во внешней торговле России, %
Экспорт, долл. США	2 989 446 269	0,6081	4 178 426 924	0,8500
Импорт, долл. США	18 266 781	0,0062	591 774 084	0,2017
Внешнеторговый оборот, долл. США	3 007 713 050	0,3831	4 770 201 008	0,6077
Внешнеторговое сальдо, долл. США	2 971 179 488	-	3 586 652 840	-

Таблица составлена по источникам [1, 2]

В 2021 году экспорт России в Алжир увеличился на 2,89 % по сравнению с 2020 годом, импорт – 99,86 %; экспорт в Египет вырос на 3,96 %, импорт – на 14,78 %.

Товарную структуру российского экспорта в Алжир отразим на рисунке 1, импорта – рисунок 2 [1, 2].

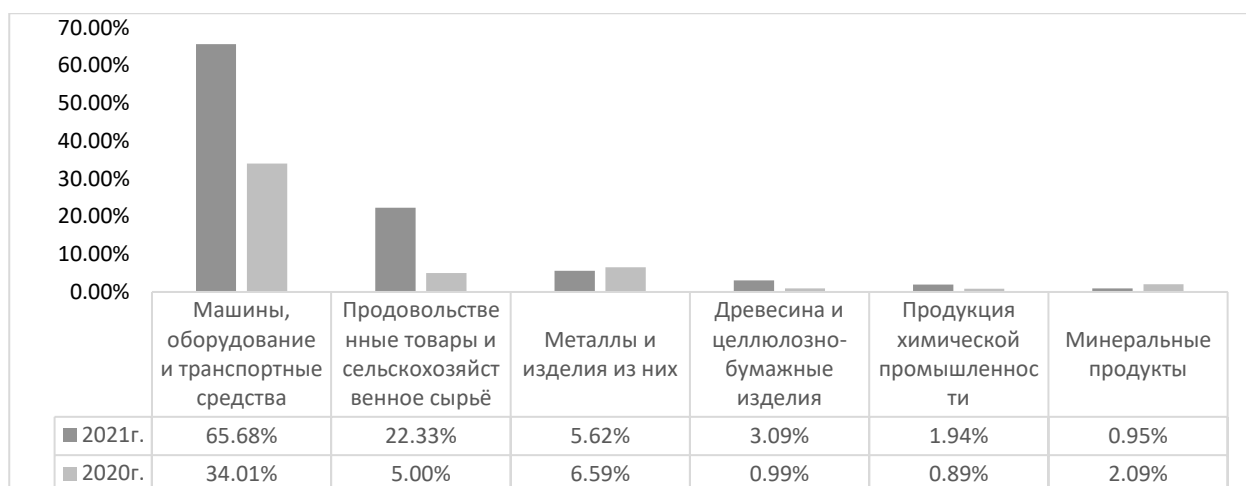


Рисунок 1 - Товарная структура экспорта России в Алжир в 2021 г., %

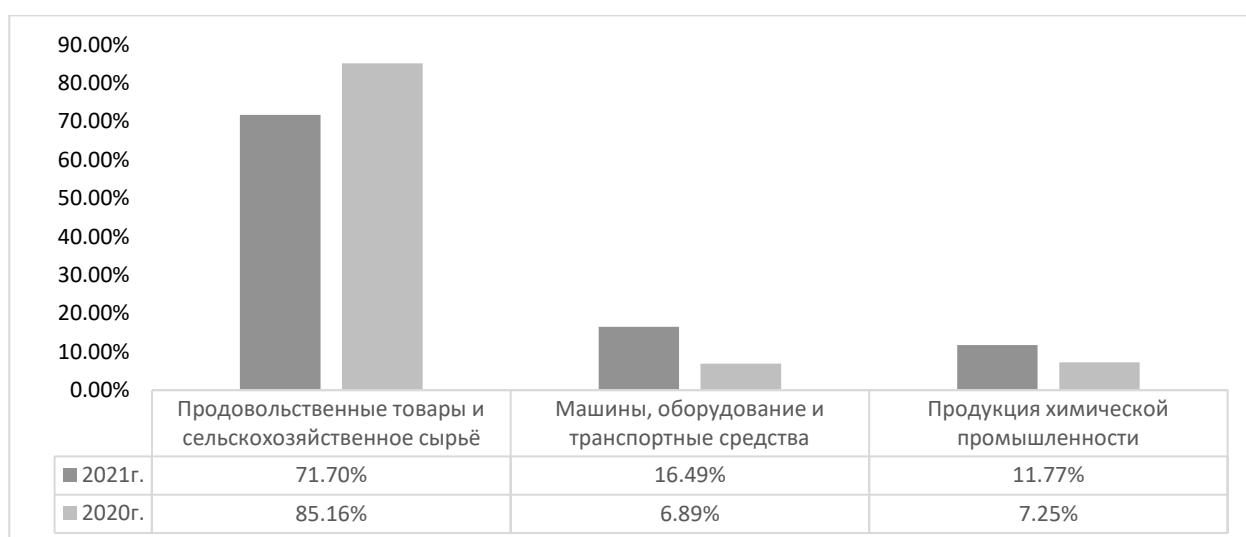


Рисунок 2 - Товарная структура импорта России из Алжира в 2021 г., %

Аналогично представим данные по товарной структуре экспорта и импорта России с Египтом (рисунок 3, 4) [1, 2].



Рисунок 3 – Товарная структура экспорта России в Египет в 2021 г., %



Рисунок 4 - Товарная структура импорта России из Египта в 2021 г., %

Таким образом, отметим, что Алжир проявляет достаточный интерес к российским продовольственным товарам (в 2021 году вошёл в топ-20 покупателей). Основу агроэкспорта России в Алжир составляют масложировая и зерновая продукция, соевое масло, пшеница, подсолнечное, рапсовое масло, дрожжи, зернобобовые культуры.

В отношении Египта целесообразно отметить, что в настоящее время уже существуют политические взаимосвязи, осуществляется торгово-экономическое сотрудничество, а также велика роль Египта как логистического и инвестиционного хаба, через который открывается путь для освоения субтропической Африки.

Важнейшим направлением экономической политики Египта является развитие и поощрение экспорта. В этих целях египетское законодательство постепенно расширяло перечень товаров, которые могли поставлять за границу частные компании. В настоящее время они получили право экспортировать практически всю номенклатуру разрешенной к вывозу продукции.

Соглашение о свободной торговле между Египтом и Евразийским экономическим союзом находится на финальной стадии. Подписание данного документа расширит спектр и номенклатуру взаимной торговли, снизит барьеры между нашими странами.

Список литературы:

1. Торговля между Россией и Алжиром [Электронный ресурс]. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2022-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-alzhirom-v-2021-g/> (дата обращения: 27.09.2022 г.).
2. Торговля между Россией и Египтом [Электронный ресурс]. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2022-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-egiptom-v-2021-g/> (дата обращения: 28.09.2022 г.).
3. BP Statistical Review of World Energy 2022, p. 29.

Калиниченко Максим Петрович

кандидат экономических наук, доцент

Тульского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Тула

Максимова Мария Сергеевна

студентка

Тульского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Тула

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МИГРАЦИИ ДЛЯ ERP-СИСТЕМ

Аннотация: в данной статье раскрывается понятие ERP-системы, её особенности, а также стратегии выбора новой платформы для миграции информационной инфраструктуры.

Ключевые слова: ERP-система; тенденции глобального рынка; IT-инфраструктура.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF MIGRATION TO THE DOMESTIC ERP-SYSTEM

Abstract: in this article, we examined the concept of an ERP system, its features, as well as strategies for choosing a new platform for information infrastructure migration.

Key words: ERP system; global market trends; IT infrastructure.

Мы живём в эпоху глобальных вызовов и беспрецедентного давления по всем фронтам, включая IT-инфраструктуру многих предприятий. Перед бизнесом в полный рост встал вопрос о доступности IT-решений, на которые он полагался в течение многих лет и в развитие которых были инвестированы значительные ресурсы.

Пусть в основе нашего анализа будет абстрактное предприятие, построившее свою IT-инфраструктуру на базе ERP-решения одного из

следующих глобальных и широко известных поставщиков, покидающих российский рынок: SAP; Microsoft; Oracle. Аббревиатура ERP (enterprise resource planning) дословно переводится, как планирование ресурсов. В теории подобная программа становится своеобразной стратегией предприятия, внутри которой будет учитываться управление определёнными направлениями: финансами – ведётся налоговый и бухгалтерский учёт, планируется бюджет; трудовыми кадрами; активами; взаимодействиями с партнёрами, ведением подробной истории операций с клиентами [1, с. 7].

Преимущества ERP-системы:

- системы класса ERP – мощный инструмент, который характеризуется повышенной сложностью внедрения, поддержки и долгим циклом;

- различные поставщики ERP предоставляют набор узкоотраслевых решений, которые в разной степени покрывают потребности конкретного заказчика, то есть конфигурация по умолчанию системы одного поставщика не обеспечивает полного соответствия конфигурации другого;

- разные системы позволяют в разной степени разрабатывать индивидуальные конфигурации под нужды конкретного предприятия, что порождает дополнительные вызовы в контексте миграции с одного решения на другое.

Любая информационная система, в том числе ERP, служит для получения информации, а извлекается она из данных. Другими словами, получить информацию возможно, только, если: данные в наличии; данные отражают текущее положение дел; присутствует набор инструментов для организации доступа к ним [4].

Решение построить информационную инфраструктуру на основе ERP-системы может быть:

- реализующим классическую клиент-серверную архитектуру (On-Premise);

- облачным SaaS-решением (как правило, полученным в результате миграции с «устаревшей» платформы).

Определим главные задачи, которые возникают перед организациями независимо от того, на какой из платформ развернута их информационная инфраструктура:

- обеспечить сохранность и бесперебойный доступ к текущей конфигурации данных;
- обеспечить непрерывность текущего рабочего процесса;
- выбрать новую платформу для развертывания информационной инфраструктуры;
- организовать миграцию информационной экосистемы предприятия на выбранную платформу.

Теперь самое время вернуться к вопросу об используемой предприятием архитектуры текущей платформы. Если это On-Premise-решение, то можно лишь констатировать, что у компании всё в порядке. Информационная инфраструктура развернута на локальных вычислительных ресурсах, до истечения срока действия текущих лицензий вся ИТ-экосистема предприятия остается полностью работоспособной [5].

Жизнь предприятия усложняется в случае использования передовых облачных сервисов, особенно в случае развёртывания инфраструктуры в Public Cloud – одного из глобальных провайдеров облачных услуг. Всё не так плохо, когда инфраструктура ERP-системы развёрнута в Private или Hybrid Clouds на базе собственного дата-центра или в центре обработки данных одного из отечественных провайдеров (далее по тексту – ЦОД). Этот случай немногим отличается от On-Premise решений, и проблема сохранности данных решена.

Среди крупнейших поставщиков ERP-систем на российском рынке первое место также занимает фирма 1С, доля которой на этом рынке составляет около 45 %. Второе место в рейтинге отводится Microsoft с долей 14,5 %, а это 983 проекта из всех реализованных. На третьем месте расположилась Корпорация «Галактика» с долей рынка 12 % – 794 проекта. А некогда популярная SAP, доля которой на рынке в начале 2010-х годов достигала 48 %, не вошла даже в тройку лидеров с 11 %, уступив Microsoft (14,5 %).

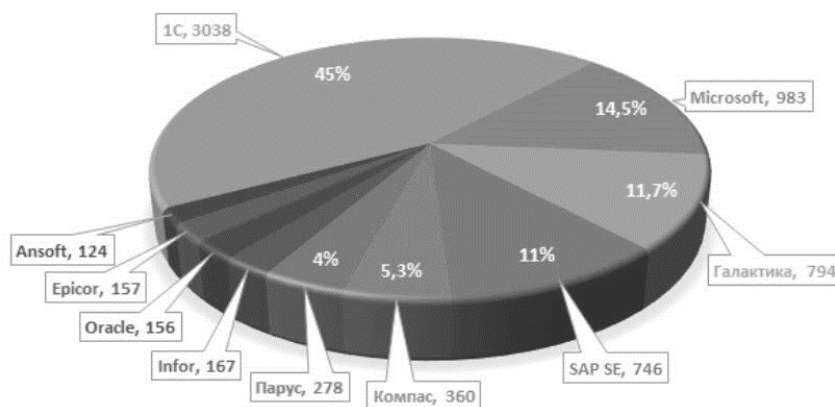


Рисунок 1 – Наиболее популярные ERP-решения [3]

Таким образом, в число наиболее популярных российских поставщиков услуг автоматизации входят 1С:ERP Управление предприятием и Галактика. Среди зарубежных лидеров по количеству внедрений были Microsoft и SAP. Ситуация сильно изменилась в 2022 г. по причине ухода с российского рынка ключевых зарубежных игроков. По прогнозам экспертов, отечественное программное обеспечение будет только наращивать свою долю.

Наиболее известными архитектурными решениями, которые являются трендом на глобальном рынке ERP-систем и продвигаются лидирующими корпорациями в данном сегменте, являются следующие продукты: SAP S4/Hana Cloud; Microsoft Dynamics 365; Oracle Cloud ERP.

Уже сами названия продуктов намекают на основные тенденции в отрасли, подчеркивая, что это облачные сервисы. Поставщик ERP продает своё решение как сервис (в терминах облачных решений – SaaS), т. е. предоставляет набор облачных приложений на базе Web-клиента, покрывающих полный функционал ERP-системы. Каждое из решений имеет центральный элемент, и зоной его ответственности является управление данными в самом широком смысле. Это не централизованное хранилище данных в классическом понимании (DWH). Это платформа, которая отвечает за:

- облачное хранение данных как в базах данных сервисов, так и в хранилищах неструктурированных и частично структурированных данных;
- обеспечение доступа к внешним источникам данных;

- интеграцию данных всех указанных выше источников;
- организацию общего интерфейса доступа к данным, скрывающего их внутреннюю организацию [3].

Следует отметить, что построенный интерфейс позволяет не только организовать доступ к данным через приложения, входящие в состав ERP-платформы, но и организовать подключение к данным, развернутым в облаке BI-платформ (например, PowerPlatform от Microsoft). Это помогает значительно расширить функциональность поставляемого решения. Кроме того, данная архитектура позволяет полноценно использовать унаследованное программное обеспечение или сторонние инструменты, напрямую не связанные с развернутой в облаке конфигурацией.

ERP-решения в той или иной степени реализуют одинаковую идеологию и служат для достижения следующих целей:

- получить надёжную платформу для хранения и консолидации данных;
- получить общий унифицированный интерфейс для организации доступа к данным посредством: приложений, реализующих полную функциональность отраслевого ERP-решения; доступных BI-платформ, позволяющих максимально расширить возможность получения сложной аналитики, в том числе с применением инструментов на базе ML и AI;
- получить возможность работать с текущим ERP-решением на разных стадиях миграции вплоть до её завершения;
- обеспечить высокую доступность решения для различных классов пользователей;
- предоставить платформу для быстрой разработки приложений, позволяющих расширить функциональность решения;
- миграция на платформу, а также поддержка и развитие полученного решения должна быть доступна широкому кругу специалистов [2, с. 23].

Основные идеи развертывания гибридной инфраструктуры на базе текущего решения и облачных сервисов одного из отечественных поставщиков ЦОД.

1. Предприятие продолжает использовать текущее ERP-решение в полном объёме.

2. Выбор поставщика ЦОД-решений на основании соответствия предоставляемых сервисов требованиям, предъявляемым к новой инфраструктуре.

3. Реализация интегрированного хранилища данных и обеспечение доступа к нему через унифицированный интерфейс.

4. На базе реализованного на предыдущем шаге интерфейса данных разрабатываются критически важные отчёты средствами BI-платформы, предоставляемой провайдером ЦОД.

5. Посредством платформы разработки ЦОД поэтапно реализуется функционал, покрывающий возможности унаследованной ERP-системы, а также новая архитектура данных.

Данный подход имеет несомненные преимущества:

- не требует немедленных усилий и ресурсов для организации миграции;
- решение является наиболее гибким и расширяемым;
- независимость развития и поддержки системы от конкретного интегратора;
- техническая сторона вопроса может быть отдана на аутсорсинг.

Данный подход имеет следующие недостатки:

- по сути, речь идёт о разработке индивидуального решения со всеми вытекающими накладными расходами.
- высокая гибкость порождает дополнительную сложность в настройке и поддержке существующей архитектуры.

Как показал анализ общедоступных материалов отечественных ERP-систем, основной упор делается на маркетинг и описание функционала бизнес-модулей большинства решений. Исходя из этого можно выделить следующий подход к миграции: выбрать наиболее подходящее решение, опираясь на функционал бизнес-модулей нового ERP-решения; из возможных альтернатив выбрать вариант, наиболее близко соответствующий критериям раздела

«Идеальная платформа для миграции»; стартовать проект на миграцию платформы.

Преимуществами данного подхода следует выделить следующие:

- ERP-платформы являются программным продуктом с длительным жизненным циклом, что говорит о высоком уровне зрелости и надёжности системы;

- большинство предоставляет отраслевые решения «из коробки»;

- внедрение и поддержка системы осуществляется силами компании-разработчика или одной из авторизованных компаний-интеграторов.

Перечислим основные недостатки данного подхода:

- полная совместимость и взаимозаменяемость систем от различных поставщиков «из коробки» невозможна. В любом случае придётся вкладывать ресурсы в разработку и поддержку индивидуальных конфигураций;

- поставляемые решения не всегда являются «гибкими», обладая достаточными возможностями расширения функционала и интеграции с данными внешнего ПО;

- существует, как правило, в рамках собственной экосистемы, что привязывает покупателя такой системы к узкому кругу компаний-интеграторов, специализирующихся на внедрении и поддержке конкретных платформ.

Необходимость отечественного аналога – важный вопрос для бизнеса, который пользуется облачными сервисами. Несмотря на нетривиальность возникших задач, мы можем прийти к выводу, что есть различные пути решения, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Ситуация непростая, но на рынке сохранилось достаточное количество компаний с ядром высококвалифицированных специалистов, готовых ответить на все вызовы и решить все возникающие в связи с этим задачи.

Список литературы:

1. Бобровников, А. Э. Введение в управление проектами внедрения ERP-систем. Версия издания от 15.10.2020. М. : ООО «1С-Публишинг». – С. 7-15.

2. Валеев, Рустэм. Франчайзи на грани нервного срыва. Как небольшой фирме-партнеру 1С перестать выживать и начать зарабатывать. 1С-Публишинг, 2021. – С. 23-28.

3. Костарев, И. С. Современные ERP-системы на Российском рынке: сравнительный обзор. Научно-производственный комплекс «Интеграл» [Электронный ресурс]. URL: <https://integral-russia.ru/2022/03/02/sovremennye-erp-sistemy-na-rossijskom-rynke-sravnitelnyj-obzor/> (дата обращения: 02.03.2022).

4. Сетевое издание (сайт) «Комсомольская правда», ERP-системы: какую можно выбрать для решения бизнес-задач? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/guide/erp.html> (дата обращения: 11.04.2022).

5. Дмитриевых, К. В. Как создать компанию за 7 дней и не сойти с ума. Блог компании ITentika, Сообщество it-специалистов Хабр [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/company/itentika/blog/682888/> (дата обращения: 16.08.2022).

Козлов Владимир Сергеевич

старший преподаватель

*Донецкого национального университета экономики и торговли
им. М. Туган-Барановского, г. Донецк*

МЕРЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РАМКАХ ЕДИНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА И ИХ ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Аннотация: в процессе научного исследования проведен анализ нормативных правовых актов, закрепляющих меры таможенно-тарифного регулирования в рамках единого экономического пространства Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики.

Ключевые слова: единое экономическое пространство, единый таможенный тариф, таможенная пошлина.

MEASURES OF CUSTOMS AND TARIFF REGULATION WITHIN THE SINGLE ECONOMIC SPACE AND THEIR LEGAL SUPPORT

Abstract: the article analyzes the regulatory legal acts fixing the measures of customs and tariff regulation within the framework of the single economic space of the Donetsk People's Republic and the Luhansk People's Republic.

Keywords: common economic space, common customs tariff, customs duty.

Формирование единого экономического пространства на территории Донецкой Народной Республики (далее - ДНР) и Луганской Народной

Республики (далее - ЛНР), объединившихся в таможенный союз, изменило систему таможенного регулирования внешнеторговой деятельности в этих государствах. Данные изменения актуализируют необходимость выявления и анализа нормативных правовых актов, закрепляющих меры таможенно-тарифного регулирования в рамках единого экономического пространства ДНР и ЛНР.

В сентябре 2021 года был заключён Договор о создании единой таможенной территории и развитии экономической интеграции (далее - Договор [1]) между ДНР и ЛНР, который предусматривает введение в ДНР и ЛНР общего таможенного тарифа, единого порядка регулирования внешнеторговой деятельности, единой методологии статистики внешней и взаимной торговли, а также унифицированного законодательства в сфере таможенного регулирования.

Правовое обеспечение мер таможенно-тарифного регулирования в рамках единого экономического пространства составляют: Договор [1] и соответствующие Решения Единого экономического совета [2-7], который является управляющим органом единой таможенной территории.

Решением от 30.09.2021 № 3 [2] принят общий таможенный тариф, представляющий собой свод ставок ввозных таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимым (ввезённым) на единую таможенную территорию из третьих стран, систематизированный в соответствии с единой Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (далее – ТН ВЭД ЕАЭС).

Основными целями применения общего таможенного тарифа являются:

- обеспечение условий для эффективной интеграции Сторон Договора [1] в мировую экономику;
- рационализация товарной структуры ввоза товаров на единую таможенную территорию;
- поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров на единой таможенной территории;

– создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров на единой таможенной территории [1].

ДНР и ЛНР проводят консультации по поэтапному приведению размеров ставок ввозных таможенных пошлин общего таможенного тарифа к ставкам пошлин Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза с изъятиями, предусмотренными частью 5 статьи 16 Договора [1].

Единый экономический совет определяет перечни товаров, в отношении которых на единой таможенной территории применяются ставки ввозных таможенных пошлин, отличные от ставок пошлин Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза.

Согласно Решению от 30.12.2021 № 31 [3] до приведения Общего таможенного тарифа, утверждённого Решением Единого экономического совета от 30 сентября 2021 № 3 [2], в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС, утвержденной Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 14.09.2021 № 80, на единой таможенной территории применяется ТН ВЭД, утвержденная Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 (в редакции с изменениями по состоянию на 31.12.2021).

Приводя размеры ставок ввозных таможенных пошлин общего таможенного тарифа к ставкам пошлин Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза Стороны Договора [1] вырабатывают согласованные механизмы и правила предоставления тарифных льгот при ввозе на единую таможенную территорию товаров, происходящих с территории Российской Федерации (далее – РФ), а также иных товаров, выпущенных в свободное обращение таможенными органами РФ. Так, 13.10.2021 принят Протокол о едином таможенно-тарифном регулировании, который определяет принципы и порядок применения на единой таможенной территории мер таможенно-тарифного регулирования [4]. Данный протокол устанавливает тарифные льготы в виде освобождения от уплаты ввозной таможенной пошлины в отношении определённого перечня товаров и транспортных средств, закрепленных Разделом II «Тарифные льготы», ввозимых (ввезённых)

на единую таможенную территорию из третьих стран. Условием применения такой тарифной льготы является предоставление сертификата о происхождении товара формы СТ-1 или сертификата о происхождении товара общей формы, выданного уполномоченным органом (организацией) РФ в отношении товаров, страной происхождения которых является РФ.

Решением от 13.10.2021 № 5 [5] установлено, что на единой таможенной территории тарифная льгота в виде снижения ставки ввозной таможенной пошлины применяется в случае ввоза на единую таможенную территорию товаров, полная или частичная предварительная оплата которых по внешнеэкономическому контракту (договору) произведена до 01.10.2021, а также в отношении товаров, направляющихся в ДНР или ЛНР и находившихся по состоянию на 01.10.2021 под таможенным контролем таможенных органов РФ либо таможенных органов ДНР или ЛНР.

В соответствии с положениями Решения от 29.12.2021 № 26 установлены основные принципы проведения мониторинга и оценки последствий исполнения решений, направленных на реализацию целей единой таможенной территории [6].

Решение Единого экономического совета от 29.12.2021 № 28 [7] определяет процедуры, порядок и условия предоставления тарифных льгот по уплате ввозной таможенной пошлины при ввозе хозяйствующими субъектами на единую таможенную территорию производственного оборудования, машин и механизмов, а также частей к ним для целей организации собственного производства. Тарифные льготы в виде освобождения от уплаты ввозной таможенной пошлины, предоставляются хозяйствующим субъектам, которые имеют статус производителей в определённых сферах хозяйствования и зарегистрированы в Реестрах производителей Сторон Договора [1]. Документом, подтверждающим статус производителя и целевое назначение ввозимых на единую таможенную территорию товаров, является выписка из соответствующего Реестра производителей Стороны, выданная

уполномоченным органом Стороны по факту внесения данных хозяйствующего субъекта в Реестр производителей Стороны Договора [1].

Таким образом, мы видим, что за относительно небольшой период существования Единого экономического совета в рамках единого экономического пространства ДНР и ЛНР принято достаточное количество нормативных правовых актов, закрепляющих меры таможенно-тарифного регулирования. В частности, вышеизложенные нормативные правовые акты содержат положения о едином таможенно-тарифном регулировании, общем таможенном тарифе, порядке применения тарифной льготы в виде снижения ставки ввозной таможенной пошлины, процедуры оценки влияния предлагаемых изменений таможенного тарифа на отрасли экономики единой таможенной территории, а также вопросов применения на единой таможенной территории ТН ВЭД ЕАЭС.

Список литературы:

1. Донецкая Народная Республика, Луганская Народная Республика. Международные договоры. О создании единой таможенной территории и развитии экономической интеграции (принят Письмом Главы Донецкой Народной Республики Главе Луганской Народной Республики 15.09.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://dnrsovet.su/doc/zakon/zII323-d.pdf/>

2. Единый экономический совет. Решения. Об утверждении Общего таможенного тарифа № 3 (принято Единым экономическим советом 30.09.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

3. Единый экономический совет. Решения. О некоторых вопросах применения на единой таможенной территории единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза № 31 (принято Единым экономическим советом 30.12.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

4. Единый экономический совет. Решения. Об утверждении Протокола о едином таможенно-тарифном регулировании № 4 (принято Единым экономическим советом 13.10.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

5. Единый экономический совет. Решения. Об утверждении порядка применения тарифной льготы в виде снижения ставки ввозной таможенной пошлины при ввозе на единую таможенную территорию некоторых товаров № 5 (принято Единым экономическим советом 13.10.2021) [Электронный

ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

6. Единый экономический совет. Решения. Об утверждении Положения о проведении мониторинга и оценки последствий исполнения решений, направленных на реализацию целей единой таможенной территории, в сфере таможенного тарифного регулирования, а также об оценке влияния предлагаемых изменений таможенного тарифа на отрасли экономики, бюджет и социальное благополучие населения государств единой таможенной территории № 26 (принято Единым экономическим советом 29.12.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

7. Единый экономический совет. Решения. Об утверждении Порядка применения тарифной льготы в виде освобождения от уплаты ввозной таможенной пошлины при ввозе хозяйствующими субъектами на единую таможенную территорию производственного оборудования, машин и механизмов, а также частей к ним для целей организации собственного производства № 28 (принято Единым экономическим советом 29.12.2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

Красильникова Елена Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент

Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Москва

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ РОСТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Аннотация: в статье анализируется оборот электронной торговли и тенденции, целевая аудитория, развитие маркетплейсов. Проведён факторный анализ и определены драйверы развития.

Ключевые слова: маркетплейс, экосистема, e-commerce, форматы маркетплейсов, цифровизация торговли.

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADE IN RUSSIA THROUGH THE PRISM OF GROWTH IN MARKETPLACES

Abstract: the article analyzes the turnover of e-commerce and trends, the target audience, the development of marketplaces. A factor analysis was carried out and development drivers were identified.

Key words: market place, ecosystem, e-commerce, formats of marketplaces, digitalization of trade.

Развитие электронной торговли в России и мире в настоящее время отражается десятизначными долями в обороте розничной торговли стран (9,2 % в РФ, 29,6 % в Великобритании, 24,5 % в КНР) и характеризуется ростом на 16 % в стоимостном выражении в 2021 году по сравнению с 2020 годом [11]. Средний чек онлайн-покупки, по данным datainsight.ru [9], составил 2 400 руб., количество заказов превысило 1,7 млрд [6]. Очевидной тенденцией 2021 и 2022 годов стало развитие маркетплейсов [2], которые сформировали объём рынка в 1,5 трлн руб. со средним чеком в 1420 руб. и 1055 млн заказов [12].

Рассмотрим и сгруппируем по потребностям целевой аудитории представленные сегодня в торговом онлайн-пространстве России форматы маркетплейсов [7]. Первый – классический, характеризующийся множеством продавцов товаров (производителей и посредников). Первый подформат – универсальные маркетплейсы. Второй подформат – специализированные (нишевые) маркетплейсы. Второй – коммуникационный (так называемая, доска объявлений), связывающий продавцов и покупателей. Третий – платформы по предоставлению услуг с комплексом формирования заказа, оплаты, контроля доставки и др. Четвертый – платформы по предоставлению услуг бронирования с отличающимся процессингом работы от других форматов маркетплейсов. Пятый – платформы, формирующие для потребителя предложение товаров и услуг в зависимости от его локации, местоположения.

Оценка лидеров первого формата сегодня осуществляется специалистами перманентно [1, 8]. Оборот Wildberries в 2021 году составил 844 млрд руб., что на 93 % больше предыдущего периода. Выручка Ozon в 2021 году составил 178,2 млрд руб., что на 71 % больше 2020 года.

В настоящей статье остановимся на оценке онлайн-деятельности компании «Детский мир». В 2021 году интернет-магазин «Детского мира» занял в рейтинге ТОП-100 крупнейших интернет-магазинов России 14 место – 54 200 млн руб. (рост за 2021 год – 40 %), 35 500 тыс. заказов (рост – 49 %), средний чек – 1 530 руб. (снижение на 6 %).

Маркетплейс торговой сети «Детский мир» представляется инвесторам как наиболее перспективный драйвер развития компании. Пилотный проект маркетплейса стартовал ещё в ноябре 2019 года [3], однако, он был доступен только по категории «Одежда и обувь», а спустя год успешного функционирования маркетплейс был развернут на все категории товаров, которые представлены в «Детском мире», в том числе зоотовары. Увеличение товарных наименований за счёт маркетплейса составило 920 тыс. новых позиций или в 3,7 раз. При этом компания планирует увеличить ассортимент за счет маркетплейса в будущем до 2,4 млн позиций [4]. В 2021 году маркетплейс «Детского мира» стал победителем профессиональной премии в сфере электронной коммерции и ритейла ECOM AWARDS 2021 в номинации «Лучший нишевый маркетплейс». По итогу 2021 года маркетплейс «Детский мир» сотрудничал с более 2100 поставщиками, реализация товаров которых составила 8,3 % доли от общих онлайн-продаж, в дальнейшем компания планирует увеличить долю маркетплейса в общих онлайн-продажах до более чем 10 %. Доля маркетплейса в общих продажах увеличилась до 6,3 % со 1,4 % в 2020 году. Совокупный объём продаж через маркетплейс достиг рекордных 3,5 млрд рублей. По итогу 2021 года доля онлайн-продаж в общих продажах достигла 36 %.

Согласно договору для продавцов товаров через маркетплейс, продавец после заключения договора с ПАО «Детский мир» и подтверждения компании о сотрудничестве (заполнение карточек товаров на сайте и т. п.) должен поставить свои товары на склад «Детского мира». За оказание логистических услуг ПАО «Детский мир» взимает комиссию в размере 2 % от залоговой стоимости фактически принятого товара на склад за отчётный месяц. Отдельно оплачиваются маркетинговые услуги, которые привязаны к изменению цены реализации товара на момент оказания маркетинговых услуг, в размере 15-30 % в зависимости от товарной категории [10]. Представленная система размера агентского вознаграждения не стимулирует продавцов к установлению более

конкурентных цен, более того на ряд категорий комиссия гораздо выше, чем на иных маркетплейсах (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ агентского вознаграждения «Детский мир» и конкурентов, %

Категория	«Детский мир»	«Ozon»	«Wildberries»	«Яндекс.Маркет»
Одежда	26	8	15	4
Обувь	26	8	15	4
Игрушки	20	6	12	4
Спорт и активный отдых	20	6	12	7
Дом	25	8-10	12	4-9
Канцелярия, книги, мультимедиа	30	7	10	4-14
Питание	20	5	10	4
Товары для животных	22	5	12	5-6
Электроника	15	5-8	5	4-14

Составлено по источникам [9, 10]

Маркетплейс «Детского мира» реализует, в отличие от конкурентов, единственную логистическую модель - FBO, которая предполагает работу со склада. Для обработки заказов не требуется никаких дополнительных действий, и управление заключается исключительно в управлении ценами через личный кабинет, за хранение продавец платит маркетплейсу согласно установленному в договоре ежемесячному проценту за логистические услуги.

Комплекс инструментов развития маркетплейса торговой сети «Детский мир», на наш взгляд, представляется универсальным для большинства игроков. Так, предложения по оптимизации агентского вознаграждения (таблица 2) могут применяться на маркетплейсах подобного формата.

Таблица 2

Оптимизация агентского вознаграждения, %

Категория	Текущее агентское вознаграждение	Предлагаемое агентское вознаграждение		
		До 3 мес.	До 6 мес.	Свыше 6 мес.
Одежда	26	15	18	21
Обувь	26	15	18	21

Категория	Текущее агентское вознаграждение	Предлагаемое агентское вознаграждение		
		До 3 мес.	До 6 мес.	Свыше 6 мес.
Игрушки	20	12	15	18
Спорт и активный отдых	20	12	15	18
Крупногабаритные товары	25	14	17	20
Дом	25	12	15	18
Новогодний ассортимент	26	15	18	21
Канцелярия, книги, мультимедиа	30	14	17	20
Питание	20	10	13	16
Подгузники	20	10	13	16
Кормление и уход	20	10	13	16
Корма для животных	18	12	14	16
Товары для животных	22	12	15	18
Электроника	15	14	16	18

Представленная градация агентского вознаграждения нацелена на более скорую реализацию товара, в результате которой увеличится товарооборот, высвобождение оборотных активов, позволит установить более конкурентоспособную цену исходя из цены, предложенной поставщиком.

1. Расширение возможностей сотрудничества с маркетплейсом путём запуска доставки товаров со склада поставщиков (FBS), а также доставка заказом силами поставщика (DBS).

2. Совершенствовать взаимодействие поставщиков и маркетплейса в области прав и обязанностей сторон.

3. Открытие новых распределительных центров по России и пунктов приёма поставок от поставщиков.

Количество новых платформ в e-commerce постоянно растёт, усиливается конкуренция [1, 2, 3]. Целевая аудитория у маркетплейсов практически идентична, важно предложить потребителю собственные платформенные сервисы [5], «покрывающие» все его потребности (тавтология неизбежна). Для усиления лояльности компании используют систему скидок и баллов, когда при покупке товара мы получаем баллы, которыми можно расплатиться, например, при оформлении билетов в другом сервисе компании. Именно развитие

экосистем, на наш взгляд, становится органичным будущим развития маркетплейсов.

Список литературы:

1. Брагин, Л. А. Перспективы развития электронной торговли в условиях цифровизации. В книге: Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития. Сборник тезисов докладов национальной научно-практической конференции: в двух томах, 2020. - С. 60-63.

2. Брагин, Л. А. Электронная торговля как направление цифровизации экономики России. В сборнике: Практическая направленность обучения и исследований в вузе. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. Под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Н. И. Ивашковой, 2019. - С. 185-188.

3. Брагин, Л. А. Некоторые особенности развития электронной коммерции в сфере торговли. В сборнике: Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции. Материалы всероссийской научно-практической конференции, 2019. - С. 340-343.

4. Галкина, Л. С. Изменения на рынке электронной коммерции (обзор модели D2C). Материалы IX Международной научно-практической конференции «Тенденции развития мировой торговли в XXI веке» (15-24 ноября 2021 г.) / Л. С. Галкина, О. В. Швалёва. Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – 426 с.

5. Ефременко, Е. В. Инновационные приоритеты развития цифровых технологий в сфере услуг. Материалы IX Международной научно-практической конференции «Тенденции развития мировой торговли в XXI веке» (15-24 ноября 2021 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. - Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – 426 с.

6. Красильникова, Е. А. Особенности регулирования электронной торговли как элемент современной парадигмы управления отраслью // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2021. № 5-2. - С. 214-220.

7. Красильникова, Е. А. Тенденции развития электронной торговли России и стран Европейского союза // Лизинг, 2022. № 1. - С. 5-11.

8. Майорова, Е. А. Систематизация показателей развития электронной торговли // Е. А. Майорова, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. Азимут научных исследований: экономика и управление, 2020. Т. 9. № 1 (30). - С. 244-247.

9. [https:// datainsight.ru/](https://datainsight.ru/) [Электронный ресурс]. (Дата обращения: 10.09.2022).

10. [https:// detmir.ru/](https://detmir.ru/) [Электронный ресурс]. (Дата обращения: 10.09.2022).

11. <https://akit.ru/analytics/analyt-data> [Электронный ресурс]. (Дата обращения: 10.09.2022).

12. https://datainsight.ru/eCommerce_2021 [Электронный ресурс]. (Дата обращения: 10.09.2022).

Любягина Ольга Анатольевна
кандидат педагогических наук, преподаватель
Казанского института (филиала) ВГУЮ (РПА Минюста России), г. Казань

Аслямова Самира Руслановна
студентка
Казанского института (филиала) ВГУЮ (РПА Минюста России), г. Казань

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Аннотация: в статье рассматриваются основные целеполагающие направления импортозамещения - развитие и стабилизация внутренней экономики страны, обеспечение экономической безопасности страны. Приведены проблемы импортозамещения и важность её в условиях международной нестабильности. Проведён анализ организации импортозамещения в Республике Татарстан.

Ключевые слова: импорт, международная нестабильность, товар, конкурентоспособность, антироссийские санкции.

IMPORT SUBSTITUTION IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN IN CONDITIONS OF INTERNATIONAL INSTABILITY

Abstract: the article discusses the main goal-setting areas of import substitution - the development and stabilization of the domestic economy of the country, ensuring the economic security of the country. The problems of import substitution and its importance in the conditions of international instability are presented. The analysis of the organization of import substitution in the Republic of Tatarstan is carried out.

Key words: import, international instability, goods, competitiveness, anti-Russian sanctions.

В настоящее время проблема импортозамещения очень актуальна. Антироссийские санкции благоприятствовали России в производстве и реализации продуктов-аналогов, которые всегда поставлялись из-за границы.

Импортозамещение представляет собой экономическую стратегию, предполагающей развитие собственного производства. Основные целеполагающие направления импортозамещения - это развитие и стабилизация внутренней экономики страны, обеспечение её экономической безопасности, снижение экономических и политических рисков.

С целью развития импортозамещения необходимо простимулировать выпуск товаров с высокой добавленной стоимостью как наиболее привлекательных для экспорта [1].

Выявлено, что для достижения целей импортозамещения необходимо:

- сформировать и ввести ресурсосберегающие, экологично безвредные технологические процессы в любую сферу для производства конкурентоспособной продукции;

- производить новейший продукт в опытных направлениях;

- оказать содействие более чувствительным сферам вместе с огромной частью ввозных девайсов [3].

Импортозамещение позволяет:

- снизить стоимость;

- снизить сроки поставки;

- повысить качество деталей;

- увеличить оперативность и удобство в работе;

- добиться частичной или полной отсрочки платежа;

- отказаться от оплаты пошлин и затрат на перевод средств за границу.

На данный момент в Республике Татарстан утверждён перечень продукции, которую необходимо импортозаместить в условиях антироссийских санкций. Всего в перечне перечислено 1 792 наименования продукции. В их числе дрожжи, микрофоны, видеокамеры, медицинские изделия, искусственные суставы, провода для наземных, воздушных и водных транспортных средств, оборудование для кондиционеров, трансформаторы, сварные трубы, шины и покрышки, кислоты, фенолы, карбонаты, целлюлоза, текстильные материалы и т. д. [1].

В таблице 1 приведён анализ организации импортозамещения в Республике Татарстан.

**Организационные направления по развитию импортозамещения
в Республике Татарстан**

Источники	Сущностные характеристики
Региональный маркетинговый центр	Перечень антисанкционных ресурсов, сбор информации об импортозамещающей продукции, предложения по замещению зарубежных товаров
Государственная поддержка импортозамещения	Гранты, субсидии, льготы на ведение предпринимательской деятельности внутри страны
Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан «Об утверждении плана мероприятий по развитию импортозамещения в сфере промышленности Республики Татарстан»	План мероприятий по развитию импортозамещения в сфере промышленности. Создание перспективных проектов по производству продуктов-аналогов, включенных в отраслевые планы импортозамещения.

Социально-политическая сторона развития импортозамещения способствует более эффективному росту экономики. Но в то же время могут возникнуть проблемы по развитию импортозамещения, где решающее значение будет иметь государственное регулирование [2].

Список литературы:

1. Глазкова, Л. Простое импортозамещение - пройденный этап // Рос. Федерация сегодня, 2019. № 3. - С. 46-50.
2. Щербина, Т. А. Политика импортозамещения: финансово-экономические и управленческие аспекты реализации. URL: <http://elib.fa.ru/art2016/bv395.pdf/download/bv395.pdf> (дата обращения: 18.09.2022).
3. Ярлыченко, А. А. Вариативное моделирование направлений импортозамещения в Республике Татарстан // Социально-экономические явления и процессы, 2018. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/variativnoe-modelirovanie-napravleniy-importozamescheniya-v-respublike-tatarstan> (дата обращения: 20.09.2022).

Оборин Матвей Сергеевич
доктор экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РОССИИ

Аннотация: целью данного исследования является анализ и оценка перспектив экспорта агропродовольственных товаров России на мировые рынки. В сложившихся макроэкономических и геополитических условиях необходим поиск концепций и инструментов, которые обеспечивают согласованность и надёжность адаптации разных форм сельскохозяйственной деятельности в новой среде экономической деятельности. Методы: аналитический, абстрактно-логический, сравнение, обобщение. Изменение торгово-экономических связей и динамика цен на мировых рынках оказывают разнонаправленное влияние на динамику экспорта различных агропродовольственных товаров. Необходимо усилить положительные тенденции механизмами государственной поддержки, контроля и стабилизации отечественного агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, сельскохозяйственное производство, агропродовольственные товары, концептуальные направления, экспорт, механизмы адаптации.

CONCEPTUAL DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF EXPORT OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS OF RUSSIA

Abstract: the purpose of this study is to analyze and evaluate the prospects for the export of Russian agri-food products to world markets. In the current macroeconomic and geopolitical conditions, it is necessary to search for concepts and tools that ensure consistency and reliability of adaptation of various forms of agricultural activity in the new environment of economic activity. Methods: analytical, abstract-logical, comparison, generalization. Changes in trade and economic relations and the dynamics of prices on world markets have a multidirectional impact on the dynamics of exports of various agro-food products. It is necessary to strengthen positive trends by mechanisms of state support, control and stabilization of the domestic agro-industrial complex.

Key words: agro-industrial complex, agricultural production, agri-food products, conceptual directions, export, adaptation mechanisms.

Положительные результаты вовлечённости России в международный торговый процесс связаны в ситуационных условиях с несколькими ключевыми факторами: геополитическим давлением, сложной макроэкономической и продовольственной ситуацией, растущей конкуренцией сельскохозяйственных

производителей. Нарастающее влияние внешней среды требует рациональной и гибкой государственной политики по стабилизации и управлению агропромышленным комплексом России с учётом приоритетности формирования оптимальных условий, механизмов и инструментов адаптации агробизнеса к изменениям.

Основным направлением подготовки отечественного агропромышленного комплекса к новым условиям функционирования на международном продовольственном рынке, учитывая условия формирования нового технологического уклада, является разработка концепции адаптации субъектов агробизнеса России, основанная на системном, межотраслевом и ситуационных управленческих подходах. Главной целью данной концепции должно стать обеспечение конкурентоспособности агропромышленного комплекса на основе активного трансформационного процесса внедрения и адаптации технологий, реформирования ключевых бизнес-процессов и тактики, соответствующим развитию стратегических преимуществ и ожиданиям потребителей глобальных торгово-экономических рыночных систем. Рассмотрим положительные факторы, которые должны быть учтены.

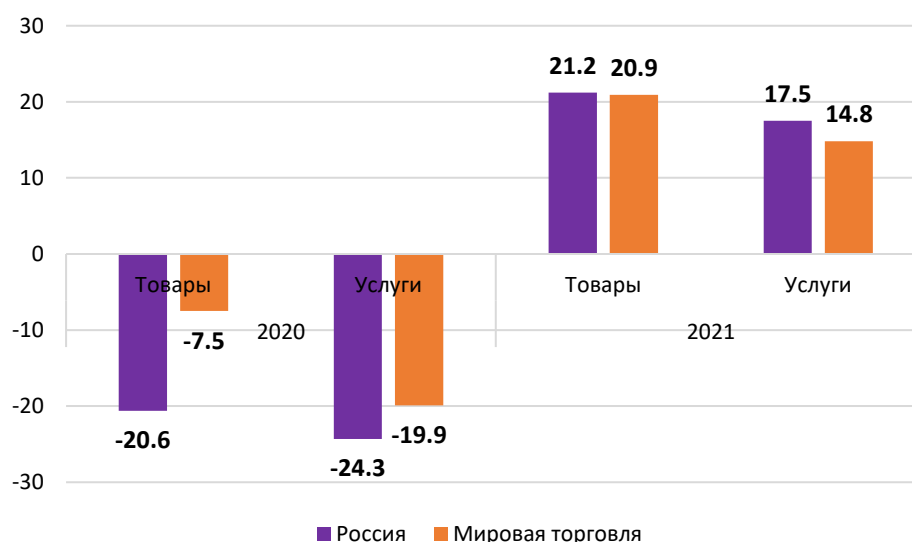


Рисунок 1 - Динамика изменения темпов товарного экспорта России и мировой торговли в 2020-2021 гг., % [5]

Согласно рисунку 1, в первую очередь необходимо отметить, что восстановление товарного экспорта агропродовольственного сектора России осуществлялось достаточно высокими темпами, превышающими мировые.

Особенно позитивно можно расценивать положительную динамику обеспеченности внутреннего рынка ключевыми группами продовольствия (рисунок 2).

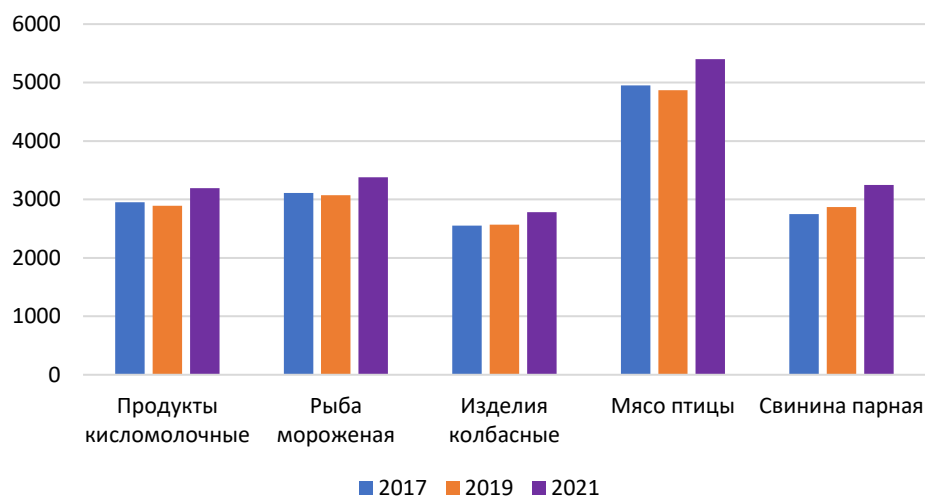


Рисунок 2 - Динамика обеспечения отечественного рынка критически значимым продовольствием в 2017-2021 гг., тысяч тонн продукции [5]

Поддержку сельскохозяйственным производителям оказали цены на некоторые товарные группы (рисунок 3).

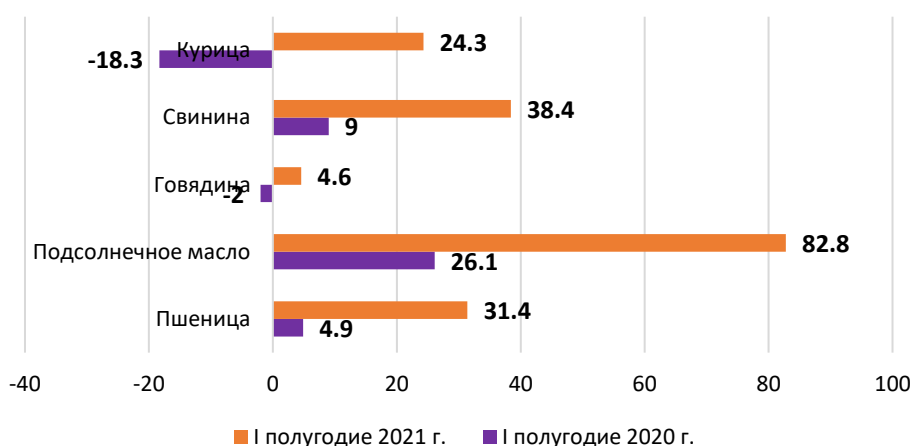


Рисунок 3 - Динамика роста цен на некоторые виды продовольственных товаров на мировых рынках в 2020-2021 гг., % [5]

На первом этапе разработки концепции по адаптации агробизнеса к новой макроэкономической реальности рассматриваются научно-теоретические подходы к функциональным и системным особенностям сельскохозяйственного производства в рамках мирохозяйственного и технологического укладов.

Концепция технологического уклада в экономике представлена комплексом смежных производств примерно равного технического состояния, функционирующих одновременно и параллельно, где консолидация ресурсов и технологий приводит к интенсификации роста отраслевых показателей.

В агропродовольственной сфере технологический уклад представляет период времени, который отличается единым уровнем комплексного технологического развития разных форм экономической деятельности с трансформированными организационными и экономическими связями производственного цикла и его развития, где конечным результатом выступает качественная сельскохозяйственная продукция, произведённая с использованием современных технологий.

При разработке данной концепции, необходимо реализовать следующие этапы [1, 2]:

- ситуационный анализ состояния агропромышленного комплекса, основные преимуществ, слабых сторон и ограничений;
- оценка уровня технологичности и развития инноваций сельскохозяйственного сектора;
- анализ корреляции функционирования агропромышленного комплекса с другими отраслями и направлений его дальнейшего развития как элемента социально-экономической системы регионов;
- анализ особенностей и характеристик новых технологических и мирохозяйственных укладов;
- проработка основных проблем инновационного и технологического развития структуры агробизнеса;
- стратегические ориентиры адаптации организационно-экономической структуры агропромышленного производства России.

Процесс разработки концепции представлен на рисунке 4.



Рисунок 4 - Процессный подход к разработке концепции адаптации агробизнеса к новым макроэкономическим условиям (разработано автором)

Участники аграрного бизнеса должны понимать и максимально использовать положительные аспекты перехода к новому технологическому укладу развития, который будет способствовать повышению внутренней рентабельности, получению социальных гарантий и защищенности, финансово-бюджетную государственную поддержку [3].

Положительный практический опыт в развитых странах, обеспеченных высокотехнологическим производством, показал, что экономический рост субъектов агробизнеса находится в непосредственной зависимости от процента внедрения в процесс производства инновационных продуктов в диапазоне 55-85 процентов [4].

Импульсом развития расширенного производства в сельскохозяйственном секторе является активное внедрение высоконаучных

технологий, инноваций, научно-технических продуктов в различные этапы бизнес-процесса. Трансферт знаний и результатов интеллектуального труда в сектор реального агропромышленного производства позволит сформировать прочную базу технологического перевооружения предприятий в регионах.

Консолидация процессов внедрения инноваций и цифровых решений, мер государственной поддержки и эффективных тактических управленческих решений позволят усилить восстановительный рост агробизнеса и извлечь выгоду в сложившихся макроэкономических и геополитических условиях.

Список литературы:

1. Алтухов, А. И. Техничко-технологический потенциал сельского хозяйства и необходимость его модернизации // Зернобобовые и крупяные культуры, 2021. № 2 (38). - С. 28–37.

2. Кузнецов, В. В. Государственное стимулирование технического обеспечения сельского хозяйства в системе межотраслевых экономических отношений // В. В. Кузнецов, Л. Н. Усенко, О. А. Холодов. АПК: экономика, управление, 2019. № 9. - С. 4–14.

3. Костяев, А. И. Цифровизация сельского хозяйства и органическое производство // А. И. Костяев, В. Н. Суровцев, А. Л. Ронжин. Вестник Российской академии наук, 2021. Т. 91, № 12. - С. 1179–1182.

4. Исаева, О. В. Аграрная структура Ростовской области: уровень развития и механизмы управления // Аграрный вестник Урала, 2021. № 11 (214). - С. 80–90.

5. Отчёт Министерства экономического развития РФ. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и I полугодии 2021 года [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 02.08.2022).

Таскаева Алёна Андреевна
ведущий специалист-эксперт
Территориального органа Федеральной службы государственной
статистики по Пермскому краю, г. Пермь

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

Аннотация: в статье представлен анализ состояния внешней торговли России в период экономических кризисов 2014-2015 и 2020-2021 годов.

Изучена динамика основных составляющих импорта. Особое внимание уделено товарной структуре импорта в рассматриваемый период. Сделаны выводы об импортозависимых отраслях экономики Российской Федерации.

Ключевые слова: импорт, импортозамещение, импортозависимость, экономический кризис, товарная группа

IMPORT SUBSTITUTION IN RUSSIA IN THE CONTEXT OF ECONOMIC CRISES

Abstract: the article presents an analysis of the state of Russia's foreign trade during the economic crises of 2014-2015 and 2020-2021. The dynamics of the main components of imports has been studied. Particular attention is paid to the commodity structure of imports in the period under review. Conclusions are drawn about import-dependent sectors of the economy of the Russian Federation.

Key words: import, import substitution, import dependence, economic crises, commodity group.

Проблема импортозависимости Российской экономики возникла ещё в 1990-е годы, когда стала очевидна неконкурентоспособность большинства отечественных промышленных производств, что привело к их закрытию. Потеряв собственные производственные площадки, Россия стала рынком сбыта для иностранной продукции и поставщиком природных ресурсов для зарубежных стран (причём для производства этих ресурсов массово использовались иностранные технологии). Эти факторы наряду со слабостью российского государства значительно усложняли задачу создать условия для развития отечественных производств.

К настоящему моменту в России предпринималось несколько попыток реализации программ импортозамещения, однако первой программой, официально принятой для реализации является государственная программа, запущенная 15 апреля 2014 года «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности».

С начала принятия программы импортозамещения в России сменились один за другим два экономических кризиса – кризис 2014-2015 гг. и кризис 2020-2021 гг. Рассмотрим динамику импорта Российской Федерации более подробно (рисунок 1).

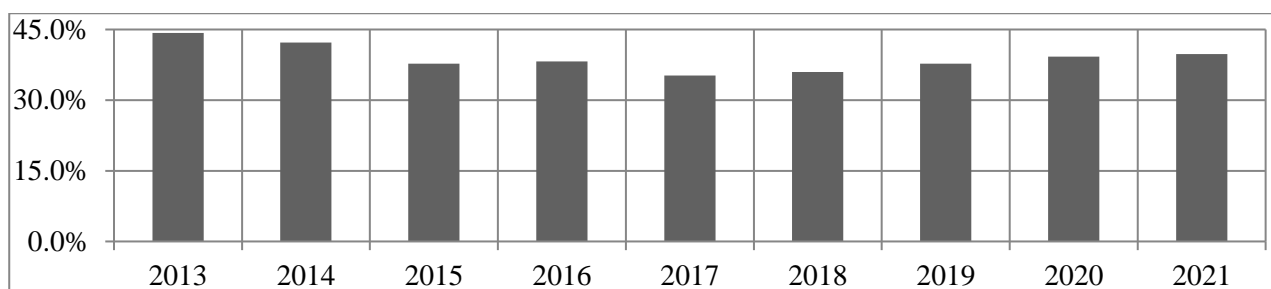


Рисунок 1 - Динамика доли импорта Российской Федерации в товарных ресурсах розничной торговли за период 2014-2021 гг., % [1]

Как видно из рисунка 1, за исследуемый период имеется два периода сокращения импорта – 2014-2015 гг. и 2017 г. В период 2020-2021 гг. вопреки ожиданиям, доля импортной продукции на российском рынке не сокращалась.

Кризис 2014-2015 гг. был вызван санкциями, введёнными против России в середине марта 2014 года, после того как Россия признала итоги общекрымского референдума.

Кризис 2020 г. был вызван вспышкой во всём мире новой коронавирусной инфекции. Импорт в этот период по отношению к предыдущему году в суммарном выражении сократился на 5,3 % вследствие введения ограничивающих экономическую активность мер по борьбе с распространением новой коронавирусной инфекции и нарушением логистических связей поставок в Россию.

Следующим этапом проанализируем товарную структуру Российского импорта, для выявления наиболее импортозависимых отраслей экономики (рисунок 2) [12].

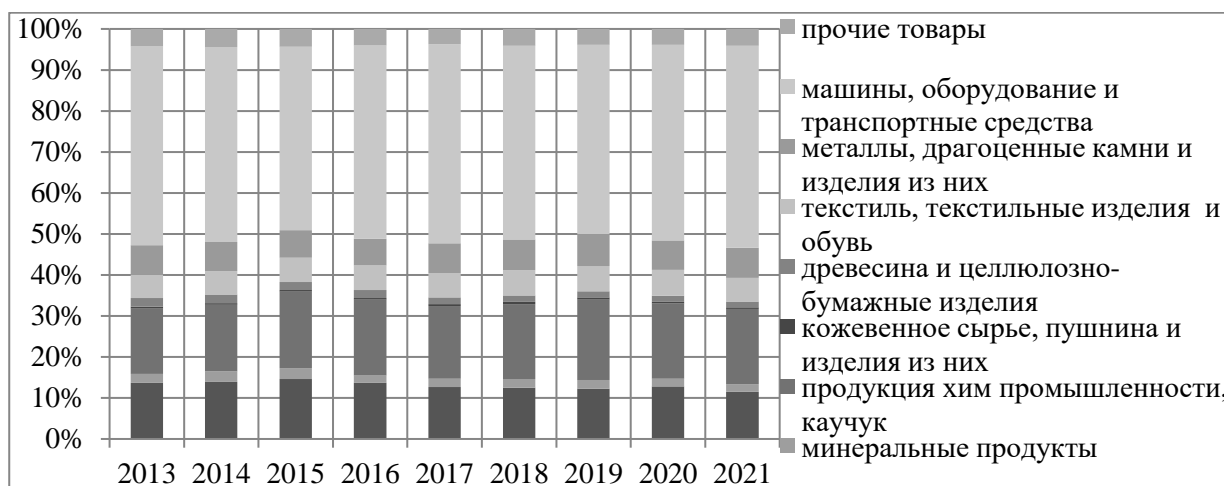


Рисунок 2 - Товарная структура импорта РФ за период 2013-2021 гг.

Как видно из рисунка 2, наибольшая доля импортной продукции России приходится на 3 товарные группы: «Машины, оборудование и транспортные средства» (44-50 %), «Продукция химической промышленности, каучук» (15-20 %) и «Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье» (11-14 %).

Далее рассмотрим каждую из перечисленных выше товарных групп в отдельности, для того чтобы понять, что сильнее всего влияет на динамику каждой из этих групп (рисунок 3-5).

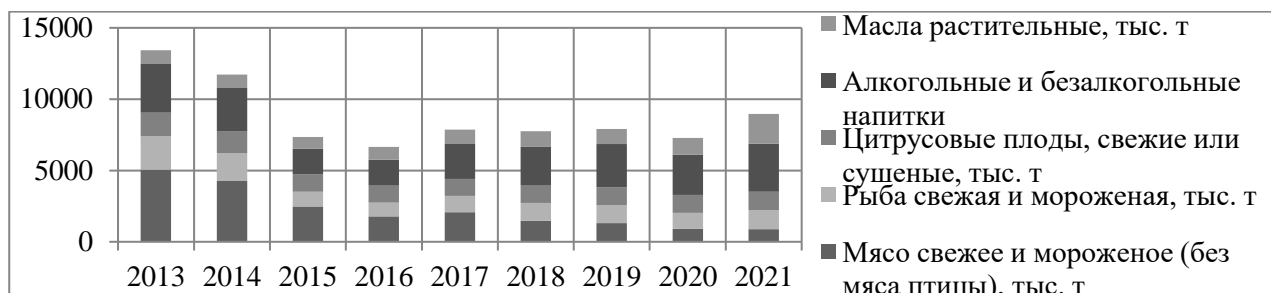


Рисунок 3 - Импорт Российской Федерации основных продовольственных товаров и с/х сырья, млн долл. США [9, 10, 11]

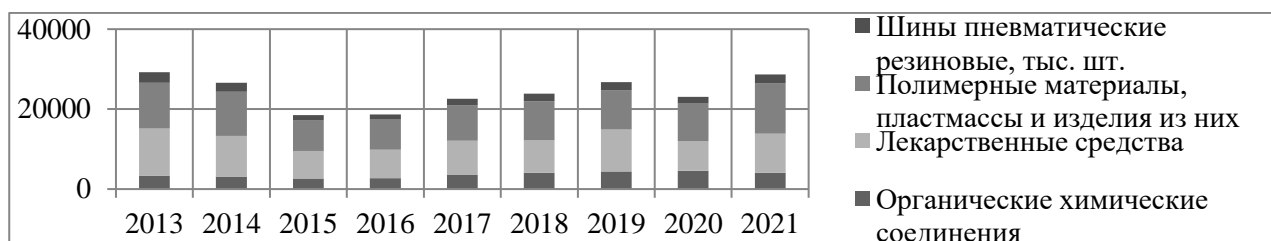


Рисунок 4 - Импорт Российской Федерации основных товаров химической промышленности, млн долл. США [9, 10, 11]

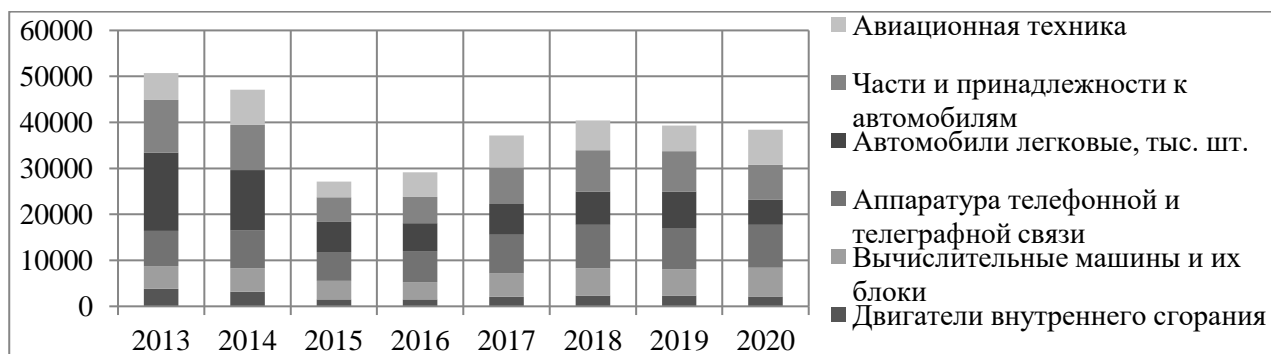


Рисунок 5 - Импорт Российской Федерации основных товаров группы «Машины, оборудование и транспортные средства», млн долл. США [9, 10, 11]

Из представленных выше рисунков: в период 2014-2015 гг. и 2020 г. происходит сокращение стоимостного объёма импорта.

В категории продовольственных товаров в указанный период наибольший спад приходится на категории мяса и рыбы, что связано с продовольственным эмбарго страны в этот период. К 2020-2021 гг. категория мяса сокращается в 2,7 раза относительно уровня 2015 г., что можно объяснить политикой импортозамещения, поскольку объём отечественного производства данной категории продуктов в 2021 г. превышал импортированный объём в 26,1 раз.

В категории химической промышленности наибольший спад как в период 2014-2015 гг., так и в период 2020-2021 гг. приходится на лекарственные средства и полимерные материалы. В данной категории товаров говорить об импортозамещении не приходится, поскольку даже если увеличивается объём производства лекарственных средств, 70 % используемого сырья является импортным.

В категории «Машины, оборудование и транспортные средства» в период рассматриваемых кризисов также наблюдается спад в большинстве своём за счёт импорта легковых автомобилей.

Сокращения объёма импорта в отрасли химической промышленности и отрасли производства машин и оборудования вызваны высоким уровнем инфляции, в результате введения санкций и падения цен на нефть в 2014-2015 гг. и нарушением логистических связей в 2020-2021 гг. соответственно [7].

Также был проведён анализ натуральных объёмов производства отечественной продукции [8] в рассматриваемых категориях. Результаты анализа показали, что в период кризисов наблюдается сокращение объёмов производства бензолов, что является одной из причин сокращения объёмов производства лекарственных средств, пластмасс, резины и красителей; сокращение объёмов производства электродвигателей, сельскохозяйственной техники и транспортных средств, что обусловлено сокращением объёма импортируемых запчастей для данного оборудования. Продовольственный сектор значительно не пострадал.

Делая выводы, можно отметить, что за прошедшие 8 лет с начала реализации программы импортозамещения, были достигнуты значительные успехи в области сельского хозяйства и пищевой промышленности. Так, обеспеченность зерном, мясом и молоком достигла 100 %, доля импорта в категории «Мясо и мясопродукты» сократилась до 5 %, в категории «Молоко и молокопродукты» – до 17,2 % [2, 5]. В целом доля импортных товаров в розничной торговле сократилась с 44,3 % в 2013 г. до 39,8 % в 2021 г. [6].

Не удалось добиться существенного результата в IT-отрасли – зависимость от зарубежных товаров, компонентов и программного обеспечения составляет более 90 %. Ниже перечислены наиболее импортозависимые отрасли экономики РФ по состоянию на конец 2021 года.

Таблица 1

Доля импорта по отдельным видам товаров в их товарной группе в 2021 г. [6]

Виды товаров	Доля импорта
Вещества химические и продукты химические	44,7 %
Лекарственные средства и материалы	70,2 %
Изделия резиновые и пластмассовые	26,8 %
Оборудование электрическое	19,4 %
Средства автотранспортные, прицепы и полуприцепы	47,0 %
Разработка программного обеспечения сайтов, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	94,2 %

Список литературы:

1. Доля импорта в товарных ресурсах розничной торговли // ЕМИСС [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/37165> (дата обращения: 19.09.2022).
2. Иванов, А. И. Состояние торговли в Пермском крае и перспективы её развития в свете стратегии развития торговли в России до 2025 года // Материалы докладов пленарного заседания VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения «Тенденции развития мировой торговли в XXI веке», 2019. - С. 63.
3. Импорт России важнейших товаров // Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/folder/515> (дата обращения: 19.09.2022).
4. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и I полугодии 2021 года // Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.gov.ru> (дата обращения: 22.09.2022).

5. Лядова, И. И. Развитие внешнеэкономической деятельности в Пермском крае // И. И. Лядова, И. М. Симанова. Материалы IX всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «Современная торговля: теория, практика, инновации». Часть II, 2020. - С. 68.

6. О внешней торговле в 2021 году импорта // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/26_23-02-2022.html (дата обращения: 22.09.2022).

7. Потёмкин, Д. А. Влияние пандемии коронавируса на внешнеторговую деятельность РФ // Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся «Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка» (06-13 декабря 2021 г.), 2021. - С. 289.

8. Пояснения к таблицам // Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/folder/517> (дата обращения: 19.09.2022).

9. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб. / Росстат. – Р76 М., 2016. – 725 с

10. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат.сб. / Росстат. – Р76 М., 2018. – 694 с.

11. Российский статистический ежегодник. 2021: Стат.сб. / Росстат. – Р76 М., 2021. – 692 с.

12. Товарная структура импорта // Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/folder/521> (дата обращения: 19.09.2022).

Толстоброва Надежда Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Пермского Национального Исследовательского Политехнического Института,

г. Пермь

Летова Яна Сергеевна

студентка

Пермского Национального Исследовательского Политехнического Института,

г. Пермь

ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Аннотация: в связи с политической ситуацией на мировой арене в сторону РФ были введены санкции, которые препятствуют импорту многих товаров, поэтому с 2014 года развивается программа импортозамещения. В данной статье были проанализированы её результаты за 8 лет и дальнейшие перспективы.

Ключевые слова: санкции, импорт, импортозамещение.

PROSPECTS FOR IMPORT SUBSTITUTION UNDER SANCTIONS

Abstract: due to the political situation on the World Stage, sanctions were imposed on the Russian Federation, which prevent the import of many goods, therefore, an import substitution program has been developing since 2014. In this article, the results for 8 years and prospects were analyzed.

Key words: sanctions, import, import substitution

С 2014 года на мировой арене активно используются санкции против России, главными причинами введения являются конфликт на востоке Украины и присоединение Крыма, это приводит не только к политическим, но и к экономическим потерям. Основными «рычагами» давления в сторону РФ является запрет на импорт многих товаров.

Первая страна, которая ввела санкции по отношению к России, стали США, к ней присоединились некоторые страны Евросоюза и члены неформального объединения «Большая семёрка», также их примеру последовали страны-партнёры США и ЕС.

Санкции были направлены на прекращение деятельности на территории Крыма крупных иностранных компаний таких, как Ebay, Amazon, Apple. Международные платёжные системы Mastercard и Visa прекратили обслуживание некоторых банковских российских организаций. Многие предприятия ЕС и «Большой Семёрки» отказались поставлять оборудование для заводов и компаний России. Евросоюз опубликовал список товаров, которые запретили экспортировать. Всё это должно было привести к изоляции РФ, а также усугубить её экономическое положение. На рисунке 1 представлена динамика импорта за 2010–2021 годы.

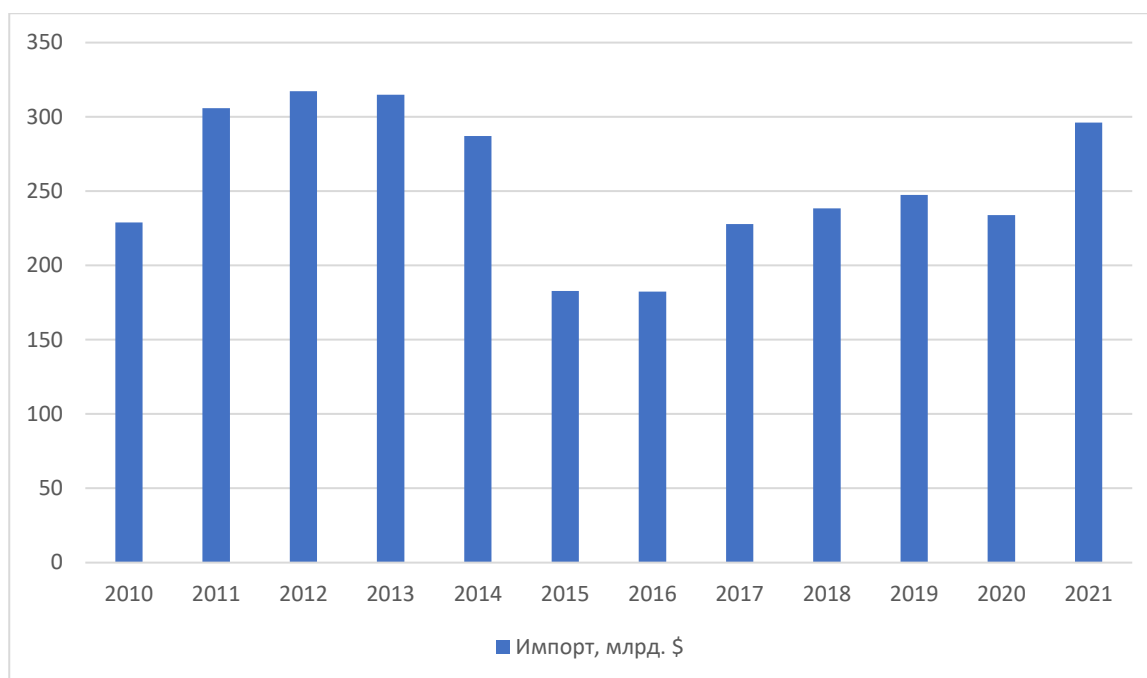


Рисунок 1 - Динамика импорта в Россию за 2010–2021 гг., млрд \$ [1]

После введения ограничений со стороны США и ЕС импорт сократился практически в 1,5 раза, и такая динамика продолжалась до 2017 года, в течение следующих лет санкционные ограничения снизились, и в 2021 году значения импорта приблизились к уровню 2013 года.

Специальная военная операция 2022 г. привела к новым санкциям в сторону РФ. Секретариат Всемирной торговой организации выявил 71 конкретную торговую и связанную с торговлей санкцию, наложенную 43 членами ВТО и одним наблюдателем в отношении Российской Федерации в сфере торговли товарами.

Кроме того, было также выявлено 75 санкций в отношении торговли услугами и связанных с ней санкций, наложенных на Российскую Федерацию 39 членами ВТО. В области интеллектуальной собственности несколько членов ВТО ввели меры и санкции, которые могут косвенно повлиять на сохранение и лицензирование прав интеллектуальной собственности (ПИС).

С 15 апреля 2014 года была запущена государственная программа «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности», которая направлена на развитие импортозамещения и имеет план улучшения каждой

отрасли экономики до 2024 г. [4]. На реализацию данного проекта ежегодно выделяются миллиарды рублей, в 2021 году - более 330 миллиардов рублей.

За 8 лет программы было завершено около 1500 проектов:

- развивается тепличная отрасль: импорт овощей и зелени снизился. 60 % помидор и 94 % огурцов, употреблённые жителями РФ в 2021 году, были выращены на территории России;
- детали к двигателю ПД-14 теперь производятся на Пермском машиностроительном заводе;
- увеличилась доля отечественного оборудования в отрасли добычи нефти и газа (около 60 % в 2022 г. по сравнению с 40 % в 2014);
- снизилась доля импорта фармацевтической продукции на 27,06 %;
- реализуется проект «Цифровая экономика»;
- внедрена отечественная операционная система и многое другое [2].

Однако не все отрасли имеют положительную динамику, в настоящий момент сильно отстаёт российское машиностроение. Доля легковых иностранных автомобилей с 2017 года увеличилась на 37,38 %, станции контроля и управления гидравлическим разрывом до сих пор не реализуются на территории РФ.

Несмотря на создание сервиса для взаимодействия российских заказчиков и поставщиков (биржа по поиску российских аналогов импортных продуктов) и государственную поддержку отечественных предпринимателей, рынок России терпит нехватку многих продуктов. В связи с уходом иностранных производителей возникает дефицит в сферах IT-технологий, производства бумаги, картона и тетрапаков, производства мебели и спортивного оборудования, парфюмерной и косметической продукции.

Однако с введением проекта импортозамещения снизилась зависимость от иностранных производителей, увеличилось число новых отечественных производителей, как следствие, появление новых рабочих мест и сокращение безработицы [6].

Несмотря на все старания государства решить проблему сокращения ввоза продукции из других стран, на данный момент не имеется возможностей полностью обеспечивать страну отечественными товарами. Проект также имеет свои отрицательные стороны:

- большие финансовые вложения;
- начинает преобладать командная экономика над рыночной;
- сокращение числа производителей, как следствие, повышение цен на товары, возрастание риска получить некачественный товар [3].

В связи с военными действиями, В. В. Путин видит необходимость направить все силы в оборонно-промышленный комплекс, он считает, что необходимо полностью заменить иностранную технику, следовательно, будут вложены немалые финансовые, человеческие и технические ресурсы в данную сферу, чтобы производить продукцию не ниже по качеству [5].

Россия имеет высокий потенциал в проекте импортозамещения: удачное месторасположение (различные климатические условия, наличие выхода к морям), разнообразные природные ресурсы и хороший научно-технологический потенциал, который можно реализовать при правильном финансировании и чётком плане развития.

Список литературы:

1. Внешняя торговля России: 1994–2022 [Электронный ресурс]. URL: <http://global-finances.ru/vneshnyaya-torgovlya-rossii/?ysclid=18j2z4l5m4177033531> (дата обращения: 24.09.2022).
2. Импортозамещение в России в 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://novomoscow.ru/info/importozameshchenie-v-rossii-v-2022/?ysclid=18j6andtac668481752> (дата обращения: 24.09.2022).
3. Кирбитова, С. В. Проблемы импортозамещения в России // С. В. Кирбитова, Н. А. Кожина. Таможенная политика России на Дальнем Востоке, 2019. № 1 (86). - С. 61–72.
4. Кирбитова, С. В. Политика импортозамещения в теории и практике // С. В. Кирбитова, К. К. Никитина. Таможенная политика России на Дальнем Востоке, 2018. № 4 (85). - С. 21–31.
5. Путин В. В.: Россия в ОПК нужно замещение импорта на 100 %. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.ru/vlast/sbornuyu-rossii-ne-dopustyat-k->

25.09.2022).

6. Титова, О. В. Импортзамещение: понятие, сущность, особенности // О. В. Титова, Н. А. Восканян. ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ, 2021. № 7(57), - С. 105-110 DOI: 10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.18

Ходжаева Мария Якубжановна
кандидат экономических наук, доцент
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Ташкент

ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОВЫГОДНОГО ПАРТНЁРСТВА РОССИИ И УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: в современных условиях повышается актуальность международной интеграции. Стратегические перспективы экономического роста определены в Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы. Приоритетным направлением является развитие взаимовыгодных партнёрских отношений с зарубежными странами.

Ключевые слова: взаимовыгодное партнёрство, внешнеэкономическая политика, международная интеграция, стратегические приоритеты.

HISTORY, PRESENT AND PROSPECTS FOR MUTUALLY BENEFICIAL PARTNERSHIP OF RUSSIA AND UZBEKISTAN

Abstract: in modern conditions, the relevance of international integration is increasing. Strategic prospects for economic growth are defined in the Development Strategy of the New Uzbekistan for 2022-2026. The priority direction is the development of mutually beneficial partnerships with foreign countries.

Key words: foreign economic policy, international integration, strategic priorities, economic growth, export, import.

Нестабильность современного мира неизбежно обостряет скрытые противоречия в процессах развития и тем самым усиливает необходимость принятия решений, направленных на укрепление стратегического потенциала национальных экономик. Узбекистан как миролюбивое государство и активный участник международных интеграционных процессов придерживается принципов приоритета национальных интересов, взвешенной и прагматичной внешнеэкономической политики, инициирует новые направления развития

взаимовыгодных стратегических партнёрских отношений с дружественными странами.

Ведущим стратегическим партнёром Узбекистана была и остается Россия. Первые взаимовыгодные отношения между Узбекистаном и Россией начали зарождаться в XIX веке, когда развитие текстильного производства придало импульс формированию торговых каналов обмена продукцией текстильного, швейного, шёлкоткацкого и красильного производств. К середине XIX века экспорт России в Бухару вырос в 12 раз, а импорт – более чем в 20. Россия экспортировала лес, металл, сукно и сахар. Бухарский эмират – хлопок, каракуль, шёлк, шерсть, сухофрукты, ковры и т. д. В начале XX века была построена первая железная дорога от Оренбурга до Ташкента. За годы второй мировой войны Узбекистан принял более миллиона эвакуированных граждан, более 100 эвакуированных промышленных предприятий производили продукцию для фронта, отправил на фронт полтора миллиона воинов в то время, когда население страны составляло всего 6 миллионов человек. Вторая половина XX века принесла новые испытания. В апреле 1966 года стихия разрушила столицу Узбекистана, оставив тысячи семей без домов. За три с половиной года с помощью всех советских республик был построен современный город.

На рубеже XX и XXI веков Узбекистан и Россия впервые заключили дипломатические отношения, подписав двусторонний договор об основах межгосударственных отношений, дружбе и сотрудничестве. В 1997 году создана Межправительственная комиссия по экономическому сотрудничеству между Российской Федерацией и Республикой Узбекистан. В мае 2000 года подписано межправительственное соглашение о расширении сотрудничества субъектов Российской Федерации с административно-территориальными образованиями Республики Узбекистан. В июне 2004 года подписан Договор о стратегическом партнёрстве, в котором определены приоритетные направления торгово-экономического и гуманитарного сотрудничества.

Позитивные тенденции взаимовыгодного партнёрства России и Узбекистана чётко прослеживаются в динамике экспорта и импорта (рисунок 1).

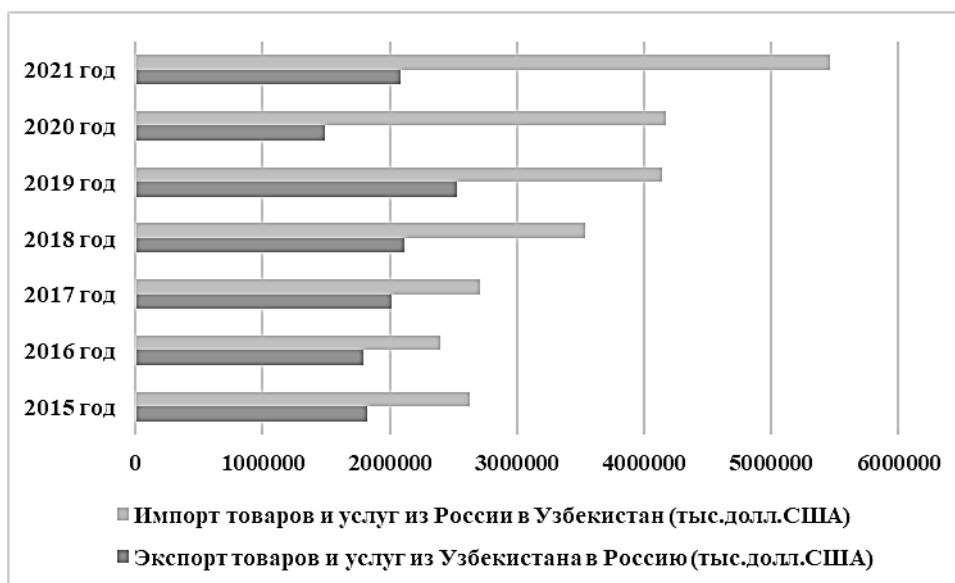


Рисунок 1 - Динамика внешнеторгового партнёрства России и Узбекистана за период 2015-2021 гг. (тыс. долл. США) [3]

Растущий тренд внешнеторговых отношений России и Узбекистана в 2022 году представлен на рисунке 2.

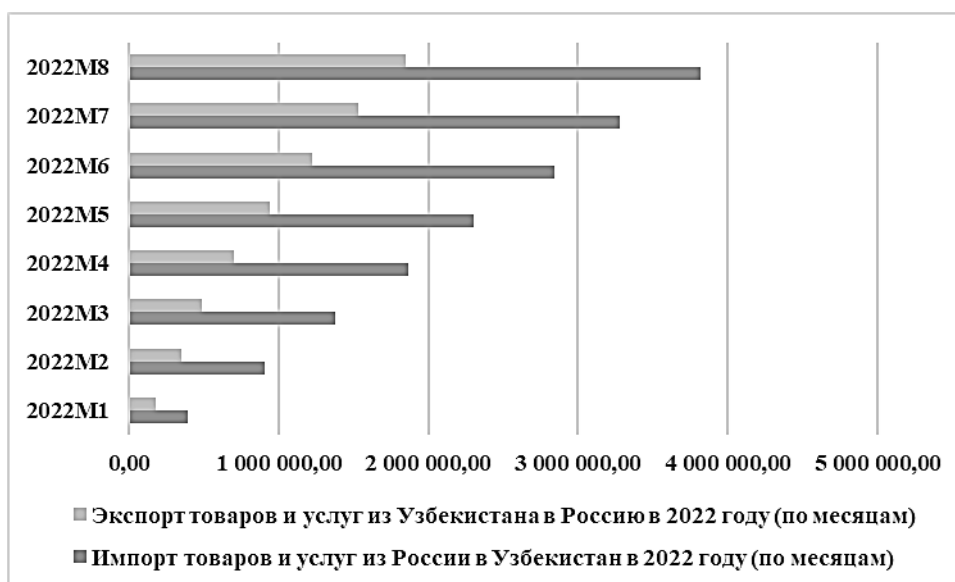


Рисунок 2 - Динамика внешнеторгового партнёрства России и Узбекистана в 2022 г. (тыс. долл. США) [3]

Сегодня Россия и Узбекистан развивают взаимовыгодные партнёрские отношения в сфере науки и образования, в добывающей промышленности и

атомной энергетике. В Узбекистане функционирует более 2300 предприятий с российским капиталом. В перспективе планируется развитие совместного автомобилестроения, обувной промышленности, производства строительных материалов и др.

В рамках программы Саммита Шанхайской организации сотрудничества состоялись переговоры Президента России В. В. Путина и Президента Узбекистана Ш. М. Мирзиёева, по итогам которых подписаны инвестиционные соглашения на сумму четыре миллиарда шестьсот миллионов долларов для таких отраслей как машиностроение, нефтехимическая промышленность и геология. Также достигнута договорённость о развитии совместного индустриально-технологического партнёрства в электронике, фармацевтике, текстильной и лёгкой промышленности. Особое внимание уделяется созданию совместных индустриальных парков.

Курс развития национальной экономики Узбекистана определён Указом Президента Республики Узбекистан Ш. М. Мирзиёева от 28.01.2022 года № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», определены задачи по развитию национальной экономики. Стратегией предусмотрены антикризисные меры по снижению уровня инфляции в 2022 году до 9 %, в 2023 году – до 5 %, фискального дефицита – до 3 %, и в последующем не допускать превышения указанных показателей инфляции и дефицита государственного бюджета. С 2023-го ставка налога на добавленную стоимость снизится до 12 %, ставка налога на прибыль в таких направлениях предпринимательства, как банковское и финансовое дело, телекоммуникации – до 15 % [1].

Главные ограничения и вызовы, оказывающие давление на экономику Узбекистана, отражаются, в первую очередь, на ограничении отечественного производства товаров и услуг, внутреннего спроса в связи с падением доходов, увеличением бюджетного дефицита и ростом внешнего государственного долга, ограничением инвестиций, особенно внешних, ограничением внешнего

спроса в связи с мировой рецессией и кризисом, а также создают диспропорции в сфере занятости [2, с. 20-26].

Ключевыми макроэкономическими антикризисными мерами определены: сдерживание роста внешнего долга, жёсткий контроль использования заемных средств, особенно внешних, приоритетность финансирования бюджетного дефицита, инфраструктурных проектов и социальных объектов; оптимизация инвестиционных расходов государства и их оптимизация на проектных стадиях, отказ от реализации неактуальных с позиции изменения рыночной конъюнктуры, стоимости и сроков реализации инвестиционных проектов; активная промышленная политика в среднесрочной перспективе привлечение прямых иностранных инвестиций; модернизация и цифровизация аграрного сектора; стимулирование роста производительности труда за счёт оптимизации производственных затрат, внедрения современных технологий, цифровизации производственных процессов на отраслевом уровне.

В Стратегии развития Нового Узбекистана обозначены следующие тренды: за пять лет энергоэффективность экономики повысится на 20 %, сократится на 10 % объём выбросов вредных газов в атмосферу путём активного внедрения технологий «зелёной экономики» во все сферы; в регионах республики будут введены специальные налоговые ставки, упрощена процедура лицензирования, планируется ликвидировать монополии более чем в 25 видах деятельности (14 – в 2022 году, 11 – в 2023-2025 годах) [1].

В настоящее время достигнут стабильный темп экономического роста (удвоился с 2016 года, в 2022 году Правительство планирует создать 750 тысяч новых рабочих мест за счёт реализации проектов на сумму \$ 500 млн. В 2022 году планируется привлечь прямые иностранные инвестиции на общую сумму более \$ 9,5 млрд. Доля готовой и полу готовой продукции в экспорте возрастет до \$ 14 млрд [4].

Во внешнеэкономической сфере Стратегией предусмотрено создание взаимовыгодных внешнеэкономических связей на уровне региональных предпринимательских структур, в частности, за счёт инвестиционного

сотрудничества с Россией и Китаем. Планируется привлечение инвестиций в объёме семидесяти миллиардов долларов США, что будет достигнуто посредством государственных мер по повышению инвестиционной привлекательности регионов Узбекистана.

Эффективное достижение поставленных целей определяется временными и финансовыми возможностями. Принципы построения открытой экономики Узбекистана учитывают такие цели как повышение конкурентоспособности страны и уровня жизни населения. Международное взаимовыгодное сотрудничество и эффективная кооперация в сфере трудовой миграции и совместного использования транспортной и энергетической инфраструктуры в перспективе позволят расширить рынки сбыта до более чем. 200 млн человек, ускорить темпы роста ВВП и привлечь выгодные инвестиции в промышленность до 1,5 миллиардов долларов США [5] только за счёт сотрудничества с партнёрами на евразийском экономическом пространстве.

Список литературы:

8. Указ Президента Республики Узбекистан Ш. М. Мирзиёева от 28.01.2022 года № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы». URL: <https://lex.uz/ru/docs/5841077> .

9. Абдурахманов, К. Х. Факторы и приоритеты инновационного роста экономики Узбекистана / К. Х. Абдурахманов // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы докладов пленарного заседания IX Международной научно-практической конференции, Пермь, 24 ноября 2021 года. – Пермь: Пермский институт (филиал), 2021. - С. 20-26. – EDN EMOQWY.

10. Внешнеэкономическая деятельность. Данные Госкомстата Республики Узбекистан. URL: <https://stat.uz/ru/ofitsialnaya-statistika/merchandise-trade> .

11. Инфографика: Основные макроэкономические показатели Республики Узбекистан за 2021 год. URL: <https://review.uz/post/infografika-osnovne-makroekonomicheskie-pokazateli-respubliki-uzbekistan-za-2021-god> .

12. Инфографика: перспективы сотрудничества Узбекистана и ЕАЭС в цифрах. Интернет-портал СНГ. Пространство интеграции. URL: <https://e-cis.info/news/566/101442> .

СЕКЦИЯ III. ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Алексеева Наталья Ивановна

*доктор экономических наук, профессор
Донецкого национального университета экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк*

Слюсаренко Анастасия Владимировна

*магистрант
Донецкого национального университета экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк*

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены методы оценки эффективности использования трудового потенциала, выявлены характерные особенности их использования, предложена модель проведения оценки, которая учитывает качественные, количественные и стоимостные показатели, обобщаемые интегральным коэффициентом, базирующимся на использовании ресурсного, затратного и результативного подходов.

Ключевые слова: трудовой потенциал, оценка, эффективность, предприятие.

ASSESSMENT SYSTEM OF THE EFFICIENCY OF THE USE OF THE LABOR POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Abstract: the article considers methods for evaluating the effectiveness of the use of labor potential, reveals the characteristic features of their use, and proposes an assessment model that takes into account qualitative, quantitative and cost indicators summarized by an integral coefficient based on the use of resource, cost and result approaches.

Key words: labor potential, assessment, efficiency, enterprise.

Успешное развитие и функционирование промышленных предприятий в рыночных условиях не может происходить без совершенствования системы управления персоналом, осуществляемого на постоянной основе. Трудовой потенциал является одним из самых важных элементов системы управления предприятием, который определяет возможности предприятия в конкурентной борьбе. Это явление динамичное, так как изменяется под воздействием роста

производственного опыта, навыков, повышения уровня образования и квалификации работников [1, с. 232].

Отдельные аспекты оценки эффективности использования трудового потенциала предприятия были освещены в работах таких учёных, как Антипиненко Н. А., Лойко И. В., Полякова Э. И., Савченко С. А. и др. [2, 3].

Тем не менее, стоит отметить, что существуют различные подходы относительно оценки эффективности использования трудового потенциала предприятия, что актуализирует тему исследования.

Целью оценки использования трудового потенциала является анализ тенденций, наблюдаемых в работе персонала и разработка мероприятий, направленных на формирование и сохранение трудового потенциала предприятия.

Основными функциями оценки трудового потенциала являются: административная, которая заключается в принятии кадровых решений на объективной и регулярной основе; информационная – обеспечение руководителей необходимыми данными о работе их подчиненных; мотивационная, которая позволяет ориентировать работников на улучшение трудовой деятельности в необходимом для руководства предприятия направлении.

Наиболее обобщённым показателем, который универсально отражает результативность использования трудового потенциала предприятия, является производительность труда работников, которая характеризует результативность труда, помогает оценить результат труда, потраченный на единицу затрат [3, с. 83].

Одними из рассмотренных методов оценки эффективности использования трудового потенциала являются натуральные, стоимостные и относительные показатели (рисунок 1).

Данные методы характеризуются некоторыми особенностями:

- использование системы плановых, учётных, отчётных показателей.

Содержание показателей отражает экономическую сущность изучаемого явления,

а количественное выражение представляет собой форму отражения явлений;

- необходимость выбора измерителей хозяйственных явлений. В анализе используются натуральные единицы, условно-натуральные, трудовые и стоимостные. Одновременно могут применяться различные единицы измерения, что помогает выявить и правильно оценить влияние различных факторов на анализируемый показатель;

- выявление и изучение факторов, повлиявших на конечные результаты деятельности предприятия. В процессе анализа деятельности предприятия устанавливаются причины отклонений от утверждённых нормативов по тем или иным показателям, выявляются взаимосвязи и взаимозависимости изучаемых показателей [2, с. 343].

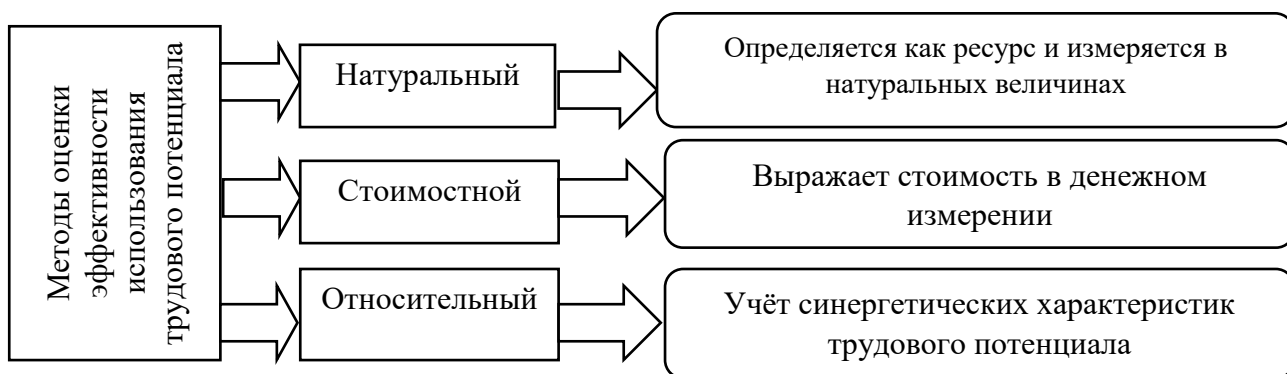


Рисунок 1 – Методы оценки эффективности использования трудового потенциала

По результатам исследования сложилась модель оценки эффективности использования трудового потенциала, и это отражено на рисунке 2.



Рисунок 2 - Модель оценки эффективности использования трудового потенциала промышленного предприятия

Так, количественная оценка эффективности использования трудового потенциала предприятия призвана отражать динамику изменений показателей состояния кадров. Качественную составляющую целесообразно рассматривать как совокупность показателей эффективности, в частности: динамика производительности труда, уровень производительности труда по сравнению с показателем на уровне страны и др., и квалификации персонала (доля персонала с высшим образованием, доля трудового коллектива, прошедшего повышение квалификации в текущем году). Важным элементом, характеризующим трудовой потенциал и эффективность его использования, является его стоимость, которая может быть выражена совокупными затратами на выплату вознаграждения за труд и расходами на поддержание желаемого уровня трудового потенциала на предприятии (повышение квалификации, аттестационные мероприятия и пр.).

Ещё одна методика расчёта интегрального показателя эффективности использования трудового потенциала предприятия, которая основана на выделении трёх основных систем показателей трудового потенциала, отражена на рисунке 3.

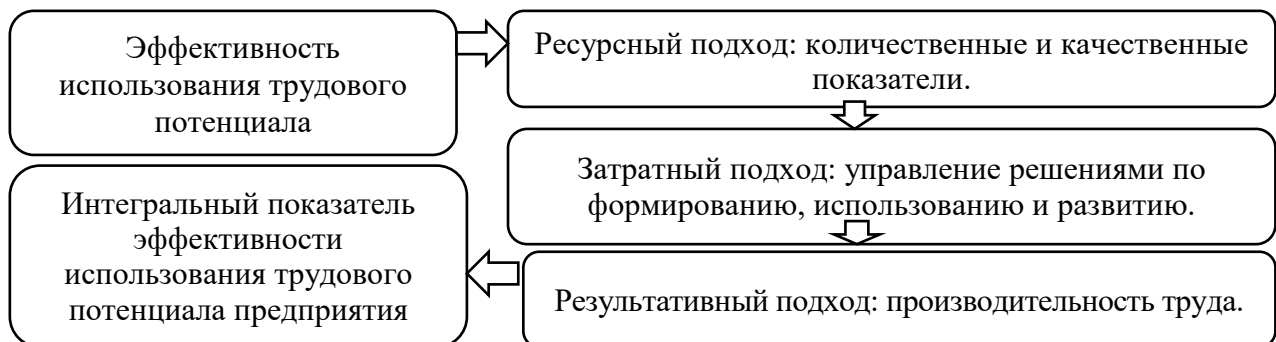


Рисунок 3 - Схема построения интегрального показателя эффективности использования трудового потенциала предприятия

Говоря о ресурсном подходе, стоит отметить, что он является одним из самых простых методических подходов к оценке трудового потенциала; характеризуется применением простого методического инструментария и может применяться для оценки трудового потенциала на любом из уровней его проявления.

Таким образом, на сегодняшний день разработано большое количество методов и показателей, способных оценить эффективность использования трудового потенциала на предприятии. Обобщение результатов анализа производится для того, чтобы выявить величину имеющихся резервов улучшения показателей эффективности использования трудового потенциала предприятия. Данные, получаемые при обобщении результатов анализа, позволяют определить влияние решающих факторов и на основе этого разработать первоочередные мероприятия по повышению эффективности использования трудового потенциала предприятия.

Список литературы:

1. Антипиненко, Н. А. Развитие кадрового потенциала компании в условиях цифровизации Республики Беларусь / Н. А. Антипиненко, И. В. Лойко // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (06-13 декабря 2021 г.) / Под ред. Т. А. Мазуниной. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 230-232.

2. Полякова, Э. И. Теоретические аспекты управления трудовым потенциалом производственного предприятия / Э. И. Полякова // Обеспечение экономической безопасности и эффективности деятельности субъектов хозяйствования, 2021. – С. 327-343.

3. Савченко, С. А. Оценка трудового потенциала: методология и методика / С. А. Савченко // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях, 2021. – С. 77-83.

Антипенко Надежда Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
Минского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Минск

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЛЯ СИСТЕМНОГО VBM-АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Аннотация: в статье представлена необходимость использования современных инновационных подходов и механизмов к оценке деятельности коммерческих компаний. Выявлено и обосновано, что использование модифицированных методик диагностики финансового состояния компании позволят сформировать общую концепцию, в которую впишутся все аналитические вопросы, необходимые для принятия управленческих решений в условиях неопределённости.

Ключевые слова: качество информации, условия неопределённости, финансовая отчётность, индикаторы финансовой устойчивости, надёжность, эффективность управленческих решений.

KEY INDICATORS FOR THE SYSTEM VBM ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL COMPANIES

Abstract: the article presents the need to use modern innovative approaches and mechanisms to evaluate the activities of commercial companies. It is revealed and justified that the use of modified methods for diagnosing the financial condition of the company will allow us to form a general concept that will fit all the analytical issues necessary for making managerial decisions in conditions of uncertainty.

Key words: information quality, uncertainty conditions, financial statements, financial stability indicators, reliability, efficiency of management decisions

Современные бизнес-модели деятельности компании должны учитывать неопределённость будущих состояний экономики, а также психологию принятия управленческих решений. Коммерческие структуры и субъекты хозяйственной деятельности на практике функционируют в условиях неопределённости всех определяющих их факторов. Неопределённость является неотъемлемым компонентом современной действительности. Соответственно, для адекватного анализа и мониторинга деятельности бизнес-субъектов необходимо, чтобы условия неопределённости освещались в системе моделирования оценки и оптимизации бизнес-процессов. В современных условиях неопределённости развития бизнеса важнейшей парадигмой выступает выбор адекватных параметров для определения ключевых показателей успеха компании и её устойчивого развития [3, с. 61].

Согласно концепции VBM-анализа основными метриками создания и управления ценностью компании выступают денежные потоки, финансовые результаты инвестиции в оборотный капитал и др. Анализ на основе концепции VBM (Value Based Management- - подход, основанный на измерении стоимости компании с учётом будущих возможностей компании) базируется на оценке влияния ключевых факторов ценности бизнес-структур.

Ликвидность активов выступает одним из детерминантов долгового потенциала компании. Анализ ликвидности активов осуществляют как по балансовой модели, так и по основным коэффициентам ликвидности. Анализ ликвидности активов по коэффициентному методу представлен следующими показателями, приведёнными в таблице 1.

Таблица 1

Финансовые индикаторы, применяемые для оценки ликвидности

Индикатор	Экономическая характеристика	Методика расчёта	Рекомендуемое значение
Коэффициент общей (текущей) ликвидности (CR-Current Ratio)	показывает, в какой степени текущие обязательства покрываются текущими активами	Краткосрочные активы / Краткосрочные обязательства	От 1 до 2
Коэффициент срочной (быстрой) ликвидности (QR-Quick Ratio)	показывает, в какой степени текущие обязательства покрываются наиболее ликвидными активами	Краткосрочные активы - Запасы / Краткосрочные обязательства	От 0,7 до 1
Коэффициент мгновенной / абсолютной ликвидности (ALR-Absolute Liquidity Ratio)	оценивает компанию по показателю денежных средств: насколько в текущий момент компания может погасить все свои долги	Высоколиквидные активы (денежные средства и их эквиваленты) / Краткосрочные обязательства	0,20-0,25

Помимо показателей ликвидности в систему оценки ценности компании включены показатели прибыльности компании. Рассмотрим отдельные индикаторы успешности бизнеса в таблице 2.

Таблица 2

Модифицированные индикаторы доходности компании

Индикатор	Методика расчёта	Интерпретация
Операционная прибыль (Operating income) (OI)	Выручка – Себестоимость	Совершенствование технологических процессов с целью эффективности управления затратной частью
ЕБИТ (Earnings Before Interest and Taxes) – прибыль до уплаты процентов и налогов	Валовая прибыль – Операционные расходы	Снижение постоянных (накладных расходов)
ЕБИТДА (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)	Прибыль (убыток) до налогообложения + Амортизация + Выручка от продажи основных средств	Уровень способности организации отвечать по своим обязательствам, а также по своим обязательствам перед кредиторами

Taxes, Depreciation and Amortization) – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации	Проценты и Налоги к уплате + Амортизация	также в целях определения стоимости бизнеса.
RE (Retained earnings) Нераспределённая прибыль	Чистая прибыль – Дивиденды	Решение собственника
Рентабельность активов (ROA- Return on Assets)	Чистая прибыль / средняя величина активов	Характеризует отдачу от использования всех активов (имущества) компании. Показывает способность организации генерировать прибыль без учёта структуры капитала
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Чистая прибыль / средняя величина собственного капитала	Характеризует наличие прибыли в расчете на вложенный собственниками данной организации (акционерами) капитал
Рентабельность продукции (ROM)	Прибыль / затраты	Указывает, насколько эффективны были понесённые затраты
Рентабельность инвестиций (Return On Investment - ROI)	Чистая прибыль / Инвестиции	Указывает, насколько эффективны были инвестиции

Анализ на основе концепции VBM основывается на финансовой и нефинансовой информации деятельности компании. Финансовая отчётность компании формируется по принципу отражения в ней фактически свершившихся событий за отчётный период. В отчёте о финансовых результатах (прибылях и убытках) раскрывается информация о доходах и расходах компании за истекший отчётный период. Однако, несмотря на важность ретроспективных сведений о деятельности бизнеса, большинство лиц, принимающих управленческие решения, ориентируются на ожидаемые показатели в будущем [4, с. 41].

Будущие экономические выгоды компании чаще всего представлены такими показателями как чистый денежный поток, доступный к распределению между инвесторами и акционерами. В целях принятия эффективных управленческих решений по оценочным индикаторам финансовых результатов за отдельный отчётный период в условиях неопределённости недостаточно. Данное обстоятельство вызвано следующими аспектами: 1) формирование

финансовых показателей подвержено условным суждениям, отражённым в учётной политике компании (что усиливает разрыв между прибылью и реальным денежным потоком); 2) прибыль, исходя из бухгалтерских принципов по своей сути, характеризует финансовый результат за истекший отчётный период, при этом не отражает будущих экономических выгод; 3) прибыль, формируемая по правилам бухгалтерского учёта, недостаточно учитывает степень неопределённости в связи будущих экономических выгод и минимизации предпринимательского риска; 4) прибыль отчётного периода не в полной мере объясняет рыночные индикаторы стоимости бизнеса. Указанные обстоятельства обосновывают необходимость совершенствования аналитических процедур, позволяющих получить достоверную оценку эффективности развития бизнеса в условиях неопределённости.

Для принятия управленческих решений критерием оптимизации бизнес-процесса должна выступать система индикаторов эффективности деятельности компании по традиционным и модифицированным методикам, с применением соответствующих цифровых технологий. Основной целью менеджмента становится обеспечение устойчивости компании, что подразумевает повышение ценности бизнеса. Адекватные бизнес-модели деятельности компании позволяют собственникам видеть угрозы и возможности своего бизнеса сегодня и в перспективе, а также находить пути решения возможных проблем, стоящих перед бизнесом. Учитывая важную роль и значение методологических подходов и механизмов к финансовой экспертизе компании и системе индикаторов повышения ценности бизнеса в условиях неопределённости, совершенствования процедуры диагностики функционирования позволит бизнес-субъектам поддерживать устойчивое развитие.

Список литературы:

1. Антипенко, Н. А. Информативность стратегического управленческого учёта и его значение для устойчивого развития бизнес-субъектов / Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учёт и анализ, 2019. № 12. – С. 38-47.

2. Антипенко, Н. А. Особенности устойчивого развития бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь / Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учёт и анализ, 2020. № 1. – С. 46-50.

3. Беляева, М. В. Технологии цифрового аудита и цифрового контроллинга как стратегический инструмент совершенствования системы управления крупными промышленными предприятиями // Экономика и социум: современные модели развития, 2018. Т. 8. № 1 (19). - С. 52-67.

4. Бусыгин, Д. Ю. EVA как один из важнейших финансовых показателей эффективности маркетинговых стратегий по привлечению дополнительного капитала в развитие компании / Д. Ю. Бусыгин, Ю. Н. Бусыгин, Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учёт и анализ, 2018. № 1. – С. 39-45.

Балашова Елена Сергеевна

доктор экономических наук, доцент,

декан, заведующий кафедрой

*Санкт-Петербургского государственного морского
технического университета, г. Санкт-Петербург*

Мачин Игорь Игоревич

аспирант

*Санкт-Петербургского государственного морского
технического университета, г. Санкт-Петербург*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация: в данной научной работе проведён подробный анализ структуры ценообразования и функционирования методов в российской экономике. Отражено их практическое многообразие. Рассмотрена структура механизма ценообразования в разрезе научных взглядов. Сделаны выводы и даны практические рекомендации по фактическому применению различных методов на рынке.

Ключевые слова: метод ценообразования, цена, конкуренция, ценообразование, затратный метод, параметрический метод, система цен.

COMPARATIVE ANALYSIS OF PRICING METHODS IN THE RUSSIAN INDUSTRY

Abstract: in this scientific work, a detailed analysis of the pricing structure and the functioning of methods in the Russian economy is carried out. Their practical diversity is reflected. The structure of the pricing mechanism in the context of scientific views is considered. Conclusions are drawn and practical recommendations are given on the actual application of various methods in the market.

Key words: pricing method, price, competition, pricing, cost method, parametric method, price system.

В российской экономике одними из наиболее сложных экономических групп товарного производства являются цена и ценообразование. Ценообразование на предприятиях российской промышленности, выпускающих продукцию двойного назначения, представляет собой важную составляющую финансовой политики, а также является способом обеспечения эффективности хозяйствования. При этом стратегия ценообразования опирается на общие принципы установления цен, ориентируемые на получение высокого результата деятельности, максимизации прибыли [1]. Для правильного нахождения и использования цены важно понимать, что лежит в её основе, какие объективные финансовые законы воздействуют на процессы ценообразования и течение цен [2]. В процессе планирования, расчёта и использования цен следует учитывать функции, которые определяются действием объективных экономических законов, создающих почву для процесса ценообразования. В современных условиях функционирования рыночной экономики, массово формирующиеся зависимости спроса и предложения продукции приводят к возникновению колебаний цен относительно стоимости. Совпадение цены продукции с её стоимостью является большой редкостью. Конъюнктурные колебания рыночных цен не отменяют реального стоимостного содержания цены, в рыночной экономике они представляют собой самую адекватную форму проявления стоимости как закона цен. Суть закона стоимости, как закона цен, не в отклонении цены от стоимости, а в том, чтобы в конечном счёте основой цены, несмотря на все колебания, оставалась стоимость [3].

Е. А. Лазурин, В. А. Неклюдов, С. А. Сироткин [4] выделяют три основные группы методов ценообразования:

1. Затратный метод ценообразования предполагает расчёт цены товара на конкретном предприятии, исходя из издержек производства и его реализации, без учёта спроса и предложения на рынке. Он позволяет с достаточной точностью определить величину издержек. Данный метод предполагает наличие постоянно

действующей нормы прибыли, как правило, выраженной в процентах от фактических издержек производства.

2. Параметрический метод применяется предприятием на этапе формирования цены на аналогичную продукцию, которая по своему конструктиву и технологии однородна и отличается только значениями технико-экономических параметров с учётом выполненных производственных операций.

3. Метод рыночного ценообразования, основой которого является проведение анализа внешних факторов конкуренции на рынке и отношения потребителя к товару. Он чаще всего применяется на конкурентных рынках. Данный метод включает в себя две подгруппы с ориентацией на покупателя и на конкурентную среду на рынке.

Аналогичные концепции ценообразования предложены Г. А. Гориной и П. С. Пробиным [5]; следует выделить пути, посредством которых решаются проблемы цен и разделяют их на четыре группы:

- 1) затратный метод;
- 2) потребительский метод;
- 3) конкурентный метод;
- 4) метод калькуляционного выравнивания.

Затратный метод ориентирован на полное покрытие затрат, либо большей их части. Он включает в себя прямую и обратную калькуляцию затрат. Прямая калькуляция рассчитывается на основе производственных затрат. Обратная – на основе расчёта от конечной цены продукции. Использование данного метода не является проблемным в случае, если конечная цена продукции не имеет особого значения для потребителя.

Потребительский метод ценообразования представляет собой процесс, в ходе которого предприятие-поставщик вначале проводит анализ отдельных сегментов рынка на предмет готовности покупателя платить определённую цену за продукцию и только после этого выходит на рынок.

В конкурентном методе цена напрямую зависит от предложений конкурентов. Состоит из трёх стратегий: адаптация к рыночной цене,

последовательное занижение цен, последовательное завышение цен, основанное на высоком качестве продукции.

Метод калькуляционного выравнивания применяется в совокупности трёх вышеприведённых. Его суть сводится к отказу от строгих затратных концепций ценообразования для продукции, которая является показателем возможностей предприятия.

Одновременно с этим следует выделить ряд научных изысканий, в которых подробно исследовано понятие ценообразования и рассмотрена возможность применения отдельных методов с последующей активизацией нововведений в производстве.

В своей работе Н. Н. Чмыр, Т. В. Зглюй и Ю. В. Игнатенко [6] также достаточно комплексно раскрывают понятие ценообразования и полагают, что в его основе содержится два ключевых компонента: система цен и механизм ценообразования.

Система цен - это единый, упорядоченный комплекс всевозможных вариантов цен, сопровождающих и регулирующих финансовые связи игроков рынка. «В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения, с другой – ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих» [6]. Несмотря на комплексный подход в рассмотрении вопроса, следует отметить, что государство должно регулировать не сами цены, а условия в экономической системе в целом и тем самым оказывать содействие реализации механизма саморегулирования цен, основывающегося на действии законов спроса и предложения, денежного обращения, стоимости и др.

В заключение следует отметить, что в современной экономике в большинстве своём используются затратные концепции. Процесс формирования цены подвержен влиянию различного рода факторов. Одни влияют на отдельные предприятия, другие на всю отрасль в целом; действия одних непрерывны, других – раздельны. Подавляющее большинство параметров между собой находится в

сложном взаимодействии. При определении цены на продукцию целесообразно рассматривать несколько цен, которые были рассчитаны с использованием различных механизмов. Данный процесс позволит рассмотреть уровень цен с разных сторон: исходя из спроса на товар, качества продукции, воспринимаемой ценности продукции заказчиком, уровня затрат на производство, необходимо выбрать наиболее приемлемый уровень цены в условиях рынка.

Список литературы

1. Евтушенко, З. А. Особенности ценовой политики и механизма ценообразования в современной экономике / З. А. Евтушенко, Л. И. Славченко // Конференция «Право, экономика и управление». Чебоксары, 16 октября 2020 г. - С. 101–109 [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44167579>
2. Discovered всё о финансах и не только...: [сайт]. URL: <https://discovered.com.ua/economy/cena-i-ee-funkcii/>
3. Студенческая библиотека. Сущность цены...: [сайт]. URL: <https://students-library.com/library/read/91640-susnost-ceny>
4. Лазурин, Е. А. Современное ценообразование: учеб. пособие. / Е. А. Лазурин, В. А. Неклюдов, С. А. Сироткин. - Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2020. - С. 40–42 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43846406>
5. Горина, Г. А. Ценообразование / Г. А. Горина, П. С. Пробин // учеб. пособие. - Москва: Экономика, 2019. - С. 40–43. (Высшее образование) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37125846>
6. Чмыр, Н. Н. Ценообразование: учеб. пособие / Н. Н. Чмыр, Т. В. Зглюй, Ю. В. Игнатенко. – М.: ПолесГУ. Пинск, 2015. – С. 12–16.

Бусыгин Юрий Николаевич

кандидат экономических наук, доцент

Минского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Минск

Комаров Сергей Константинович

кандидат технических наук, доцент

Минского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Минск

О РЕАЛИЗАЦИИ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ СО ЗНАЧЕНИЯМИ ИЗ НЕЧЁТКОГО МНОЖЕСТВА

Аннотация: в работе предложен уникальный подход и модернизация классической модели управления запасами корпоративных структур, в частности торговой организации, с нечёткими исходными данными.

Приводится числовой пример, решение которого может быть осуществлено расчётно-графическим методом или с использованием инструментальных средств EXCEL.

Ключевые слова: модель управления запасами; издержки; интервальный подход.

ON THE IMPLEMENTATION OF THE INVENTORY MANAGEMENT MODEL, WITH VALUES FROM A FUZZY SET

Abstract: the paper proposes a unique approach and modernization of the classical model of inventory management of corporate structures. In particular, a trade organization with fuzzy initial data. A numerical example is given, the solution of which can be carried out by a calculation-graphical method or using EXCEL tools.

Key words: inventory management model; costs; interval approach.

Основанная на выборе фиксированного размера заказываемой партии, минимизирующего суммарные расходы на заказ товара и на их содержание, модель является наиболее простой при определении оптимального размера партии поставки (модель У. Баумоля) [1, с. 69]. Общие затраты в этом случае напрямую связаны с размером поставки « x » товаров.

Математическая модель подобной задачи с учётом исходных предположений заключается в том, что необходимо найти оптимальное значение стоимости запаса « x », минимизирующее общие затраты на управление запасом:

$$Z = C \cdot \frac{x}{2} + K \cdot \frac{Q}{x} \rightarrow \min \quad (1)$$

при ограничениях

$$0 \leq x \leq Q. \quad (2)$$

Здесь

Q - общий объём торгов (продаж) в планируемом периоде;

C - стоимость хранения одной единицы товара на протяжении всего планового периода;

K - стоимость ввоза партии товара.

Функция $Z(x)$ является суммой двух слагаемых, зависящих от аргумента « x », при этом первое слагаемое в выражении (1) является линейной функцией,

позволяющей определить общие затраты на хранение средних текущих запасов в плановом периоде, а второе - нелинейной функцией (гиперболической), суммарное значение которой определяет общие затраты.

Существует три метода расчета оптимальной стоимости запасов:

- графический;
- математический (по формуле);
- табличный (создание таблицы с прогнозируемыми затратами для заказов разного объёма).

Рассмотрим математический метод определения оптимальной величины запасов, которая, как известно, определяется по следующей расчётной формуле:

$$x^* = \sqrt{\frac{2KQ}{c}}. \quad (3)$$

Рассматриваемая модель является идеализированной. При практическом использовании фактические значения параметров (C , K , Q) системы управления товарами в большинстве случаев могут отклоняться от оптимальных значений. Одним из примеров такого поведения параметров является анализ прогнозируемого объёма поставок на предстоящий прогнозируемый период.

При этом исходные прогнозные данные (C , K , Q) принимают значения из некоторого интервала $[a, b]$, где a - минимальное значение прогнозируемого показателя, b - максимальное значение прогнозируемого показателя.

Следует отметить, что модель (3) имеет статическую форму. Однако основные трудности возникают, когда эти параметры принимают форму неопределённости.

Среди различных практических подходов к моделированию в условиях неопределённости можно выделить три основных подхода: вероятностный подход, метод нечётких множеств и экспертный подход.

Практико-ориентированный подход обычно включает нечёткое интервальное описание системы в виде чёткого интервала.

На классической модели У. Баумоля (3) показано, как этот подход может быть применён к оценке логистической модели управления запасами, описываемой нечеткими данными. Здесь в качестве чёткого интервала используются три планируемых значения: пессимистичное, наиболее вероятное, и оптимистичное.

В данном случае имеем интервальные значения планируемых исходных показателей: стоимость хранения одной единицы товара в течение всего периода планирования, стоимость ввоза одной партии товара, общий объём товарооборота (продажи) в период планирования. Период:

$$([C_{\text{пес}}; C_{\text{н.в}}; C_{\text{опт}}], [K_{\text{пес}}; K_{\text{н.в}}; K_{\text{опт}}], [Q_{\text{пес}}; Q_{\text{н.в}}; Q_{\text{опт}}]).$$

Определённые таким образом множества в теории нечётких множеств называются треугольным представлением нечёткой зоны. Кроме того, эти числовые тройки называются значимыми точками нечёткого множества.

Тогда модель У. Баумоля (3) будет определять и интервальный показатель планового размера запаса:

$$[x_{\text{пес}}^*; x_{\text{н.в}}^*; x_{\text{опт}}^*] = \sqrt{\frac{2 \cdot [K_{\text{пес}}; K_{\text{н.в}}; K_{\text{опт}}] \cdot [Q_{\text{пес}}; Q_{\text{н.в}}; Q_{\text{опт}}]}{[C_{\text{пес}}; C_{\text{н.в}}; C_{\text{опт}}]}}. \quad (4)$$

В расчётной модели (4) мы имеем простые арифметические операции над нечёткими множествами, которые описываются треугольными значениями.

Согласно [2, с. 73] алгебраические операции с треугольными нечёткими числами сводятся к операциям с пределами их интервалов.

Однако следует отметить, что правила действия арифметических операций в теории двухфакторных нечётких множеств зависят от их взаимозависимости или независимости.

В нашем случае такие факторы как стоимость запасов (K) и объём продаж (Q) являются зависимыми в предстоящем периоде, то все операции с этими факторами необходимо производить по правилам зависимых данных.

С точки зрения таких факторов, как общие затраты на хранение (K , Q) и стоимости импорта (C), которые являются независимыми, то все

арифметические действия над ними необходимо производить по правилам, соответствующим независимым факторам.

Поэтому в формуле (4) все арифметические действия, связанные с этими факторами, должны производиться по правилам, регулирующим зависимые и независимые факторы.

Пример.

Рассмотрим систему логистики средств личной гигиены через транспортно-логистический центр (ТЛЦ), являющийся прямым поставщиком этих товаров на отечественный рынок. Товар поступает в основном в аптеки и медицинские учреждения. В структуре организации имеется аптечный склад, основной задачей которого является приём и хранение товаров.

Решение о покупке может быть принято только после формирования бюджета продаж аптек и медицинских учреждений на прогнозный период. В качестве примера рассмотрим реализацию зубной пасты Colgate. Плановый объём продаж Q может принимать значения из интервала [270 000; 272 000; 273 000] тюбиков в год. Необходимое количество распределяется равномерно в течение года. При этом стоимость покупки пакета P может принимать значения [6,52; 6,8; 7.00] руб. На ввоз товара организация затрачивает $K = [2\ 000; 2\ 100; 2\ 150]$ руб. Рассматривая срок поставки заказа от поставщика (для пятидневной рабочей недели), получим пять рабочих дней. Затраты на хранение составляют $r = [20\ %; 21\ %; 22\ %]$ покупной цены товара.

Ёмкость тары для хранения продукта составляет 40 000 тюбиков.

Необходимо определить оптимальную сумму закупок зубной пасты Colgate при минимальном значении годовой величины дополнительных затрат, связанных с заказом и хранением одной партии товара, и общей стоимости покупных упаковок зубной пасты Colgate.

Решение.

Здесь начальные факторы определяются тройками номеров интервалов. Следовательно, результирующие показатели модели управления запасами также определяются тройкой чисел из определённого интервала. Для

определения этих интервальных показателей воспользуемся обозначениями формулы (4).

Здесь

$$[Q_{\text{пес}}; Q_{\text{н.в}}; Q_{\text{опт}}] = [270\ 000; 272\ 000; 273\ 000];$$

$$[K_{\text{пес}}; K_{\text{н.в}}; K_{\text{опт}}] = [2\ 000; 2\ 100; 2\ 150].$$

В этом случае общие затраты на хранение упаковки в период планирования, определяемые как произведение двух зависимых факторов (P, r), составляют:

$$[C_{\text{пес}}; C_{\text{н.в}}; C_{\text{опт}}] = [0,2; 0,21; 0,22] \cdot [6,52; 6,8; 7,0] = [1,30; 1,43; 1,54].$$

Подставив эти значения в формулу (4), получим, что оптимальный размер запаса тубиков имеет интервальный вид и составит:

$$[x_{\text{пес}}^*; x_{\text{н.в}}^*; x_{\text{опт}}^*] = \sqrt{\frac{2 \cdot [2\ 000; 2\ 100; 2\ 150] \cdot [270\ 000; 272\ 000; 273\ 000]}{[1,30; 1,43; 1,54]}} = [26\ 482; 28\ 264; 30\ 050].$$

Здесь в подкорённом выражении числитель - произведение двух зависимых переменных (K, Q), тогда операция умножения выполняется по правилам умножения зависимых переменных, а вот операция деления в корневом выражении уже соответствует правилам для деления независимых переменных.

При этом минимальные затраты, связанные с доставкой заказа и его хранением, определяются по формуле (1), также принимают интервальные значения:

$$Z(x_{\text{пес}}^*; x_{\text{н.в}}^*; x_{\text{опт}}^*) = [37\ 605; 39\ 003; 42\ 671] \text{ руб.}$$

Поскольку общая вместимость бункеров организации для хранения этого продукта составляет 40 000 тубиков, организация вполне может ликвидировать часть бункеров для хранения этого продукта в пределах 10 000 тубиков или переориентировать их на хранение другого вида продукта, получая при этом дополнительный доход.

Результаты исследования показали, что одним из объективных количественных инструментов финансово-экономического анализа может стать

аппарат теории нечётких множеств. С помощью этого аппарата можно не только оценить эффективность принимаемых решений, но и показать реальные резервы повышения эффективности маркетинговой деятельности розничной организации.

Список литературы:

1. Вахрушина, М. А. Управленческий анализ: учеб. пособие / М.А. Вахрушина. – 4-е изд. – Москва : Издательство «Омега-Л», 2007. – 399 с.
2. Бусыгин, Ю. Н. Использование функции «ЧПС» табличного процессора MS Excel для принятия инвестиционных решений на основе NPV-критерия, описываемого нечетким множеством / Ю. Н. Бусыгин, С. К. Комаров // Вести Института предпринимательской деятельности, 2022. - № 1 (26). – С. 73-81.

Ермоленко Анна Игоревна

кандидат экономических наук, доцент

Тульского государственного университета, г. Тула

Воропаева Дарья Александровна

магистрант

Тульского государственного университета, г. Тула

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: статья посвящена разработке и усовершенствованию новых методов управления финансовой устойчивости компаний потребительского сектора. Авторы изучили существующие отечественные и зарубежные приёмы оценки эффективности деятельности хозяйствующего субъекта, выявив недостатки. В заключении статьи даются рекомендации по повышению финансовой устойчивости предприятий потребительского рынка.

Ключевые слова: потребительский рынок, финансовая устойчивость, методология, модель.

APPROACHES TO DETERMINING THE SYSTEM OF INDICATORS OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE

Annotation: the article is devoted to the development and improvement of new methods for managing the financial stability of consumer sector companies. The authors studied the existing domestic and foreign methods of assessing the effectiveness of an economic entity, identifying shortcomings. In conclusion, the article provides recommendations for improving the financial stability of consumer market enterprises.

Key words: consumer market, financial stability, methodology, model.

В современном мире в условиях рыночной экономики, сложившейся под влиянием «мировых экономических кризисов, усиления конкурентной борьбы в международном масштабе» [1, с. 70], поддержание финансовой устойчивости предприятия потребительского сообщества способствует привлечению дополнительных средств, расширению ассортимента производимой продукции или оказываемых услуг, росту объёмов продаж, тем самым увеличивая рентабельность организации. Предприятие характеризуется финансовой устойчивостью в том случае, если у него есть возможность в привлечении дополнительных инвестиций и получении отсрочки платежей перед поставщиками, что свидетельствует о сокращении расходов и поддержании конкурентоспособности.

Следует отметить, что в настоящее время ключевой проблемой в оценке эффективности функционирования компаний является большой объем показателей и отсутствие единого подхода. Более того, актуальная отечественная методика не учитывает факторы внутренней и внешней среды [2, с. 343]. Изучив ряд отечественных и зарубежных методик, можно сделать вывод о том, что современные подходы не учитывают особенности каждой отрасли, а также только позволяют оценить текущее финансовое положение предприятия, не дав рекомендации относительно управления финансовой устойчивостью компании потребительского сектора.

Методика повышения финансовой устойчивости потребительского сектора должна отвечать следующим вопросам: как улучшить финансовую устойчивость компании, вскрыть скрытые резервы, наметить возможные направления выхода из кризисной ситуации.

Для того чтобы создать эффективную систему управления активами, необходимо установить оптимальный размер заказа с определённой периодичностью в рамках каждого месяца. Проследив закономерность поставок, можно рассчитать оптимальные объёмы заказов и запасов, используя

при этом корректирующие индикаторы (коэффициенты). Данные показатели выявляются на основе данных за предыдущий период о доле каждого месяца (дня) в общей структуре продаж. Таким образом, произведение среднегодового объёма продаж в абсолютном выражении на коэффициент корректировки месяца, сумму данных коэффициентов за неделю разделить на число дней в рассматриваемом периоде.

Далее отметим следующий важный показатель управления финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта – страховой запас. Отличие данной характеристики от резервного запаса заключается в постоянной трансформации его уровня. Рассматриваемый индикатор представляет собой снижение уровня запаса лишь иногда. Для определения данной величины необходимы следующие подходы: расчёт процентного выражения объёма спроса в период производственного процесса; анализ дневного потребления; метод экспертных оценок; определение среднего отклонения.

Рекомендуемая модель принятия решений в управлении деятельности фирм потребительского сектора должна реализоваться только тогда, когда известна периодичность поставки, то есть выполнение заказов строго регламентировано временем. Если происходит сбой в работе системы (задержка в поставке) следующий заказ должен скорректироваться в соответствии с измененными условиями. Данная модель учитывает сезонную компоненту, характеризуется простотой расчёта и не требует постоянного контроля. В практической деятельности рекомендуется её использование в тех случаях, когда поставки обладают стабильностью.

Таким образом, необходимо создание модели, которая будет способствовать улучшению финансовой устойчивости компаний путем её внедрения в управление финансами хозяйствующего субъекта потребительского сектора. Для этого рекомендуется использовать сбалансированное ценообразование, применять операционные методы получения прибыли, стратегии общих закупок.

Резюмируя вышеизложенное, можно предположить, что использование новых методов по управлению финансовой устойчивостью будет способствовать укреплению финансового положения фирмы потребительского рынка.

Список литературы:

1. Иванов, А. И. Ценностный подход как инструмент управления в условиях вызова внезапных ограничений // А. И. Иванов, Е. М. Долгополов. Современная торговля: теория, практика, инновации: материалы IX всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. Часть I. (Пермь, 5 октября 2020 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2020. – С. 69–77.

2. Терентьев, А. И. Проблемы и перспективы оценки эффективности деятельности коммерческих предприятий // А. И. Терентьев, П. А. Выллерова. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24 ноября 2021 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 339–344.

Катлишин Олег Ильясович

кандидат экономических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь,

доцент

Пермского государственного аграрно-технологического университета,

г. Пермь

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ ТАМОЖЕННЫХ ПРОЦЕДУР СТОИМОСТИ ТОВАРОВ В ПЕРМСКОЙ ТАМОЖНЕ

Аннотация: в статье рассмотрена методология и практика контроля таможенной стоимости экспортируемых и импортируемых товаров, проанализирована статистика администрирования доходов федерального бюджета, структуры регионального импорта и экспорта, выявлены группы товарной номенклатуры ВЭД с наиболее часто встречающимися случаями таможенных нарушений и рассмотрена практика работы исполнительного органа власти по выявлению случаев занижения таможенной стоимости и доначислению таможенных платежей. Выявлены основные причины доначислений в бюджет региональной таможней – изменение кода товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности и занижение непосредственно таможенной стоимости как цены внешнеторгового контракта.

Ключевые слова: контроль таможенной стоимости товара.

THEORY AND PRACTICE OF APPLICATION OF CONTROL CUSTOMS PROCEDURES COST OF GOODS IN PERM CUSTOMS

Abstract: the methodology and practice of controlling the customs value of exported and imported goods are considered, statistics on the administration of federal budget revenues, the structure of regional imports and exports are analyzed, groups of commodity nomenclature of foreign economic activity with the most common cases of customs violations are identified, and the practice of the executive authority to identify cases of understatement is considered. Customs value and additional charge of customs payments. The main reasons for additional charges to the budget by the regional customs are identified - a change in the code of the commodity nomenclature of foreign economic activity and an underestimation of the customs value directly as the price of a foreign trade contract.

Key words: control of the customs value of goods.

В настоящее время Российская Федерация предпринимает активные попытки остаться в мировом сообществе, несмотря на режим внешнеполитических санкций.

Под таможенным контролем понимается процедура, целью которой является обеспечение экономической безопасности нашей страны, а также предотвращение и устранение правонарушений во внешнеэкономической сфере [3, с. 4]. Логическим итогом этой деятельности становятся таможенные платежи, то есть пошлины, налоги и сборы, взимаемые таможней с участников ВЭД. При этом определяется таможенная стоимость методом по стоимости сделки с ввозимыми товарами [1, с. 84].

Участники ВЭД намеренно занижают таможенную стоимость для того, чтобы снизить таможенные платежи, а это ведёт к уменьшению федерального бюджета.

Исходя из вышеизложенного, целью исследования являлось рассмотрение практики контроля таможенной стоимости экспортируемых и импортируемых товаров на базе Пермского регионального таможенного управления.

Для решения поставленной цели были поставлены задачи.

1. Рассмотрены теоретические и методологические основы таможенного контроля.

2. Проанализированы статистические данные собираемости Пермской таможней денежных средств в федеральный бюджет.

3. Рассмотрена практика применения контроля таможенной стоимости и иных таможенных платежей на примере Пермской таможни.

Научной гипотезой стало предположение о важности и значимости таможенного контроля как важнейшего инструмента по повышению уровня администрирования доходов федерального бюджета. Достижение поставленной цели анализа практики применения таможенного контроля в Пермском крае было обеспечено использованием всех важнейших методов общенаучных исследований, таких как анализ монографических источников, сравнения статистических данных, их системного анализа и синтеза.

Актуальность темы статьи подтверждается серьёзным объёмом финансовых ресурсов, администрируемых Пермским краевым управлением федеральной таможенной службы (рисунок 1). В среднем за последние пять лет сотрудниками Пермской таможни ежегодно перечислялось в федеральный бюджет сумм таможенных пошлин не менее 7 млрд руб., в наиболее благоприятный 2018 год эта сумма составляла порядка 9,5 млрд руб. [2].

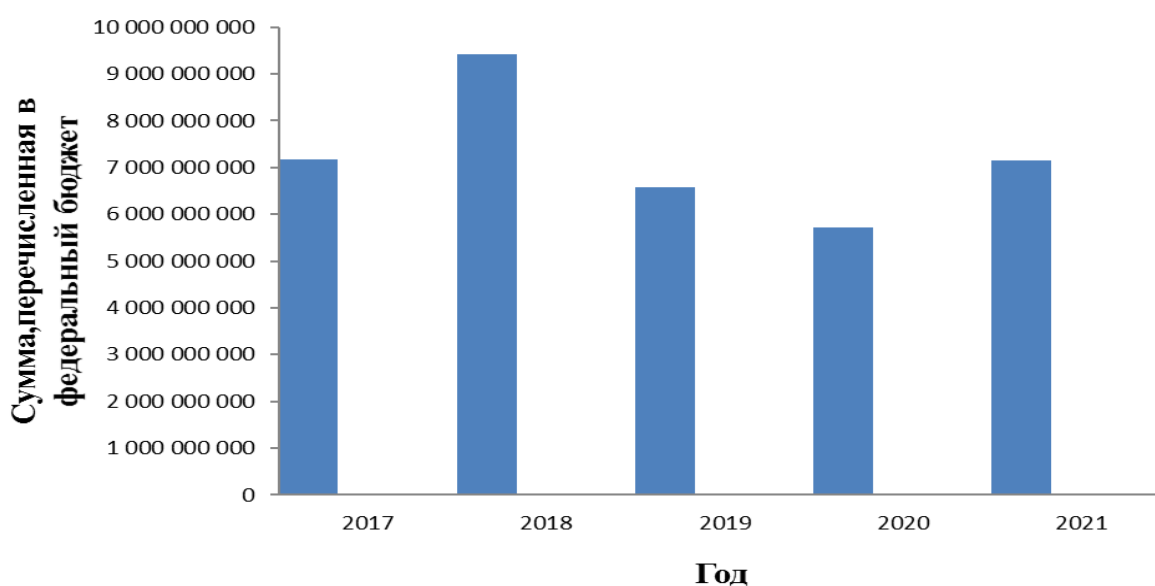


Рисунок 1 - Суммы таможенных пошлин, перечисленных в федеральный бюджет за 2017-2021 гг., руб. [2]

Имеющиеся данные показывают, что в 2019 и 2020 годах Пермская таможня перечислила меньше денежных средств, чем в другие периоды [2].

Помимо непосредственно таможенных пошлин, как указывалось выше, таможенные органы занимаются взиманием таможенных сборов и доначислением таможенных платежей в процессе процедур таможенного контроля (рисунок 2) [2].

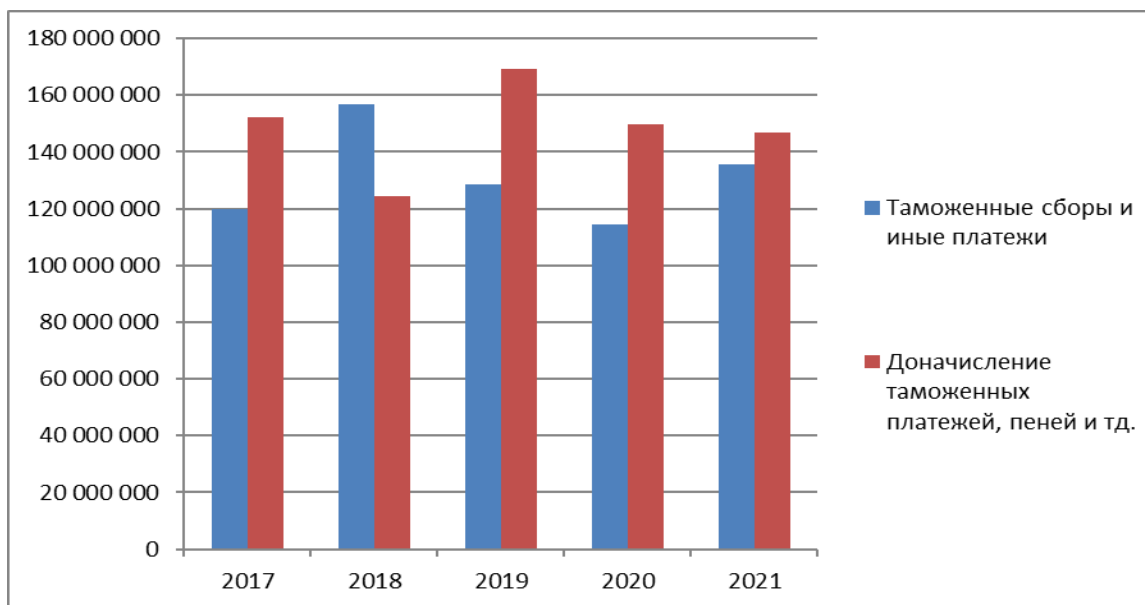


Рисунок 2 - Динамика сумм таможенных сборов и доначислений в Пермской таможне за 2017-2021 гг., руб. [2]

Как наглядно указано на диаграмме, краевое управление ФТС ежегодно доначисляет значительные суммы таможенных платежей – от 124 до 170 млн руб. Доначисление происходят регулярно, так как участники внешнеэкономической деятельности указывают либо недостоверную, либо неполную информацию, что приводит к возбуждению административных или судебных дел.

Соответственно структуре экспорта и импорта Пермского края, наиболее часто выявляются нарушения при экспорте продукции деревообрабатывающих отраслей и импорте машиностроительной продукции.

Так, при импорте машиностроительной и иной высокотехнологической продукции декларанты стараются предъявить ввозимые грузы как позиции

товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности, облагаемые по минимально возможной ставке.

Например, заявителем ввозимая позиция была заявлена как сельхозмашина со ставкой пошлины 0 %, в то время как на самом деле это был самоходный культиватор огородного типа. В результате работы Пермский таможенный орган доначислено в судебном порядке 828 755 рублей.

Таблица 1

Сравнительные расчёты импортных таможенных платежей, заявленных декларантом и таможенным органом, руб.

Показатели	Расчёт таможенных платежей, заявленный декларантом	Расчёт от Пермской таможни
Таможенная стоимость	8 287 550	8 287 550
Импортная пошлина	0 %	10 % = 828 755

Таблица составлена по источнику [2]

Арбитражный суд Пермского края признал данное заявление Пермской таможни и обязал декларанта уплатить доначисленные таможенные платежи в виде ввозной пошлины.

В другом примере декларант занизил таможенную стоимость товаров «лесоматериалы круглые из лиственных пород», что привело к занижению подлежащих уплате таможенных платежей.

Таблица 2

Сравнительные расчёты экспортных таможенных платежей декларанта и таможенного органа, руб.

Показатели	Расчет таможенных платежей, заявленный декларантом	Расчет таможенных платежей от таможенного органа
Таможенная стоимость	231 949,98	404 904,64
Экспортная пошлина	7 % 16 236,5	7 % 28 343,32
НДС	20 % 46 389,99	20 % 92 755,32
Таможенные платежи	62 626,49	121 098,64
Доначисления	-	58 472,15

Таблица составлена по источнику [2]

По итогам проверки Пермская таможня доначислила в федеральный бюджет 58 472 рубля. При этом Арбитражный суд Пермского края принял сторону краевой таможни и обязал декларанта уплатить доначисленные таможенные платежи в виде экспортной пошлины.

Выводы.

Цель статьи по рассмотрению практики контроля таможенной стоимости экспортируемых и импортируемых товаров достигнута, научная гипотеза по подтверждению значимости процедуры контроля таможенной стоимости подтверждена. Контроль величин таможенной стоимости на сегодня действительно является мощнейшим инструментом, с помощью которого федеральная таможенная служба может реализовывать свою функцию по повышению уровня администрирования доходов федерального бюджета. Региональное управление федеральной таможенной службы ежегодно собирает в государственный бюджет от 7 до 9 миллиардов рублей и доначисляет ещё более 140 млн руб.

В процессе таможенного контроля выявляются две основные причины доначисления таможенных платежей – изменение кода товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности и занижение непосредственно таможенной стоимости как цены внешнеторгового контракта.

Список литературы:

1. Козырин, А. Н. Таможенное право России. Общая часть / А. Н. Козырин. - М. : Спарк, 2017. – 134 с.
2. Пермская таможня // Федеральная таможенная служба. Приволжское таможенное управление: офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: http://ptu.customs.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=20&Itemid=103 (дата обращения: 22.04.2022).
3. Катлишин, О. И. Экспорт и импорт Российской Федерации в современных внешнеэкономических условиях // Сфера обращения: проблемы и перспективы развития. Коллективная монография. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». Пермь, 2016. - С. 4-13.

Лаптева Елена Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург
Захарова Анастасия Андреевна
студентка
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКУ РФ. СРАВНЕНИЕ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ С РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКОЙ НА ОСНОВЕ DABROWSKI

Аннотация: проведён анализ поведения в условиях международного финансового кризиса стран с развивающейся экономикой: Бразилии, Индии, Турции и Южной Африки. Рассмотрен процесс эволюции притока ПИИ (особенно из Европейского Союза) и влияние глобальной макроэкономической среды.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, экономика России, российская экономика, прямые иностранные инвестиции, системные ограничения, энергетический сектор, развивающаяся экономика, перспектива.

FOREIGN INVESTMENTS IN THE RUSSIAN ECONOMY. COMPARISON WITH OTHER EMERGING ECONOMIES BASED ON DABROWSKI

Abstract: the analysis of the behavior of emerging economies in the context of the international financial crisis: Brazil, India, Turkey and South Africa. The process of the evolution of FDI inflows (especially from the European Union) and the impact of the global macroeconomic environment.

Key words: foreign investment, Russian economy, foreign direct investment, systemic constraints, the energy sector, the developing economy, the outlook.

Анализируя экономику и иностранные инвестиции только Российской Федерации, можно упустить из виду широкую картину. В связи с этим необходимо рассмотреть, как вели себя в тот же период времени другие страны с развивающейся экономикой: как эволюционировал их приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ), особенно из Европейского Союза, и как на них повлияла глобальная макроэкономическая среда (главным образом, последствия финансового кризиса и падение цен на сырьевые товары 2014 года).

Для сравнения были выбраны ситуации в России и Бразилии, Индии, Турции и Южной Африке. Выбор стран был обусловлен из-за их сходства с Россией в нескольких различных общих макрометриках; три из них также являются членами БРИКС, в то время как Турция разделяет зависимость России от ЕС и аналогичные тесные экономические связи. Все выбранные страны имеют значительный сырьевой экспорт, хотя, Россия больше всего зависит от сырьевых товаров, которые составили 76 % экспорта в 2017 году (по сравнению с примерно 60 % для Бразилии и Южной Африки, 39 % для Индии и 22 % для Индии). Преобладание нефти ещё больше увеличивает уязвимость к ценам на нефть.

Актуальность глобального финансового кризиса остаётся значительной для развивающихся рынков, даже несмотря на то, что они пострадали в меньшей степени, чем во время прошлых периодов. В конце концов, снижение мирового спроса нанесло ущерб ценам на сырьевые товары, а глобальный рост в сторону безопасных активов вызвал значительный отток капитала из стран с развивающейся экономикой, что привело к повсеместному снижению курса. Волнения на финансовых рынках ещё больше увеличили премии за риск по долговым обязательствам развивающихся рынков. Домбровски (2019) считает, что особенно пострадали бывший Советский Союз и Латинская Америка, а также Турция. Действительно, в России, Бразилии и Турции наблюдался значительный спад притока прямых иностранных инвестиций.

Кроме того, падение цен на сырьевые товары в 2014–2016 годах оказало серьёзное влияние на страны с формирующимся рынком, где экспорт сырьевых товаров в среднем составляет гораздо больший процент от объёма производства. Хотя это означает период серьёзного шока, Dabrowski (2019) действительно обнаружил, что экономические последствия были более сокращены, чем после предыдущих эпизодов падения цен на нефть, в значительной степени с учётом более сильных макроэкономических основ и развития систем, более адаптированных к этим эпизодам. При этом шок был

самым сильным для экспортёров нефти, что сделало Россию всё более уязвимой.

Наконец, вышеуказанные события оказали важное влияние на приток прямых иностранных инвестиций в эти страны; для единообразия анализ будет сосредоточен на прямых иностранных инвестициях из ЕС. До 2022 года Индия и Южная Африка имели гораздо менее развитые инвестиционные отношения с ЕС (по отношению к их ВВП), чем Россия. По состоянию на 2017 год Бразилия и Турция оставались равноправными с точки зрения владения ЕС своими акциями ПИИ, причём обе страны превышали долю России. Фактически, если в 2009 году показатели Бразилии и России были примерно одинаковыми, то сейчас Бразилия опередила Россию более чем на 30 процентов. В более общем плане из пяти стран именно в России наблюдается самый низкий рост объёма прямых иностранных инвестиций. В период с 2008 по 2017 год он вырос всего на 83 % по сравнению с 222 % - в Бразилии или 303 % - в Индии.

Более того, эффекты глобального финансового кризиса 2008-2009 гг. очевидны для всех исследованных стран. В этом отношении показатели России довольно стандартны (хотя и более выражены в запасах, чем в потоках). Последствия сильнее ощущались в странах Европы, Ближнего Востока и Африки, Латинской Америки, что частично объясняет, почему Индия пострадала меньше всего. Напротив, Россия, по-видимому, больше всего пострадала от обвала цен на сырьевые товары в 2014 году. Учитывая, что они в гораздо большей степени зависят от экспорта нефти, это неудивительно, особенно в сочетании с другими ранее описанными факторами. Стоит отметить, что зависимость других стран от экспорта сырьевых товаров также высока, хоть и очевидно меньше, чем у России.

Что касается 2022 года. Компании стоят перед беспрецедентными вызовами. Санкции, геополитическое напряжение — с одной стороны, с другой — разрушение цепочек поставок и другие проблемы. Это оказывает сильное давление на инвестиционные планы на этот год. Иностранные инвесторы

ожидают крупнейшего сокращения вложений в Россию как минимум за последние 11 лет.

Краткосрочные ожидания самые пессимистические: это соответствует экономической и геополитической картине, которая сейчас перед глазами у всех. Но, если мы посмотрим совсем в дальнее будущее, то там сохранились оптимистические ожидания европейского бизнеса [6].

Мы делаем из этого два вывода. Во-первых, европейский бизнес всегда имел долгосрочные планы в России, показывал большую лояльность и привязанность к российскому рынку, потребителям и партнёрам. И во-вторых, бизнес оценивает возможность преодоления текущих сложностей как возможную. Если бы он не ожидал, что проблемы решаемы, вряд ли он сохранил бы такой относительный оптимизм в долгосрочной перспективе.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

2. Центральный Банк Российской Федерации. История курсовой политики Банка России, № 73.

3. Лаптева, Е. В. Преимущества и проблемы выборочного метода исследования социально-экономических явлений // В сборнике: Инновационная деятельность: наука – экономика - производство. Сборник материалов конференции «Инновационная деятельность: наука – экономика - производство» в рамках международного форума «Россия как трансформирующееся общество: экономика, культура, управление», 2008. - С. 122-124.

4. Лаптева, Е. В. Организационные основы налогового учёта // Е. В. Лаптева, Е. П. Огородникова. Аудиторские ведомости, 2019. - № 2. - С. 62-64.

5. Lapteva, E. V. Development trend of the construction market in Russian regions // E. V. Lapteva, E. P. Ogorodnikova, V. F. Remizova. В сборнике: IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. BUILDINTECH BIT 2020. INNOVATIONS AND TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION, 2020. - P. 012015.

6. Деловой Петербург [Электронный ресурс]. URL: https://www.dp.ru/a/2022/06/09/Inostrannie_investori_ozhi (дата обращения: 18.10.2022).

Огородникова Елена Петровна
кандидат экономических наук, доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург
Жунусова Майра Маратовна
студентка магистратуры
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО СТРАХОВОГО РЫНКА

Аннотация: в статье проведён анализ страхового российского рынка, в разрезе основных финансовых показателей страховых российских компаний и в целом страхового рынка российского рынка. Проведённое исследование основывалось на статистических данных Банка России, несмотря на положительную динамику сборов и прочих финансовых показателей страховых российских компаний, прибыль по страховым компаниям в 2021 году имеет тенденцию к снижению, что связано на прямую с сокращением доходов от инвестиционной деятельности из-за переоценки валютных активов по состоянию на конец 2021 года.

Ключевые слова: страховой рынок, страхование, страховая премия, страховые выплаты.

ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE RUSSIAN INSURANCE MARKET

Annotation: the article analyzes the Russian insurance market, in the context of the main financial indicators of Russian insurance companies and the insurance market of the Russian market as a whole. The conducted research was based on statistical data of the Bank of Russia despite the positive dynamics of fees and other financial indicators of Russian insurance companies, the profit of insurance companies in 2021 shows a downward trend, which is directly related to a reduction in income from investment activities due to the revaluation of foreign currency assets as of the end of 2021.

Key words: insurance market, insurance, insurance premium, insurance payments.

В открытой печати Банком России в середине марта текущего года были опубликованы официальные показатели развития и современного состояния российского страхового рынка в разрезе российских страховых компаний по итогам их финансовой деятельности за 2021 года. По итогам деятельности страховых компаний за 2021 год можно сделать вывод, что страховой рынок России в этом году показал рекордный рост основных показателей, среди

которых объём собранных премий увеличился на 18 %, объём произведённых выплат вырос на 21 %.

В целом уровень выплат увеличился с 43 % в 2020 году до 44 % в 2021 году.

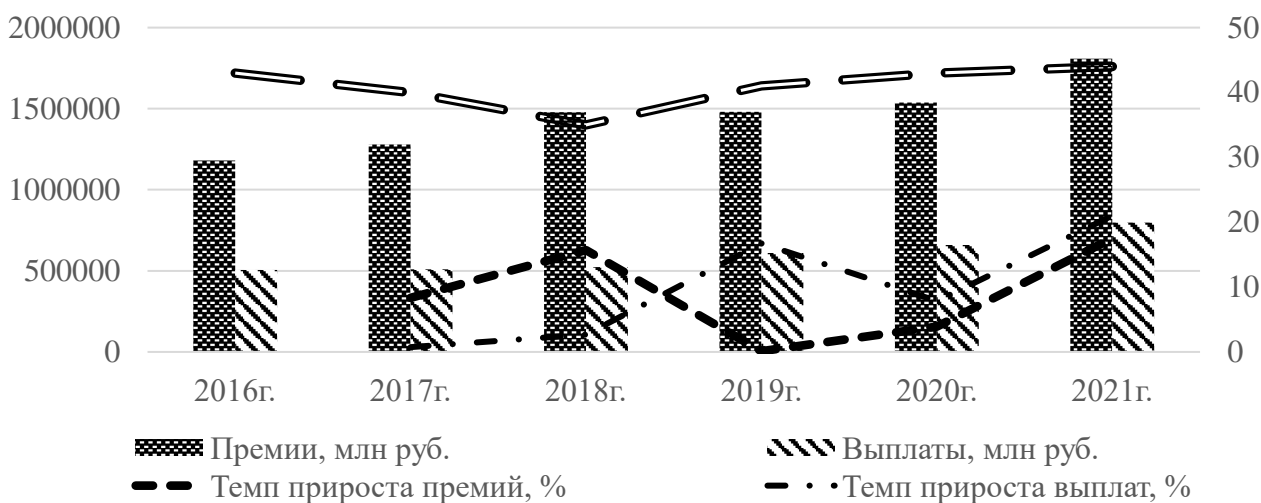


Рисунок 1 - Динамика основных показателей страхового рынка РФ [3]

Как видно по данным представленным на рисунке 1 уровень выплат значительно ниже уровня полученных премий страховыми компаниями России. Но при этом объём выплат за период исследования увеличился на 57,6 %, а объём премии стал больше на 53,2 % [1, с. 13]. На конец исследуемого периода топ-10 страховщиков собрали 1,31 трлн руб., это на 216 млрд руб. больше (20 %) в сравнении с предыдущим периодом. В связи с чем, концентрация топ-10 страховых компаний увеличилась с 71 % до 73 % в 2021 году.

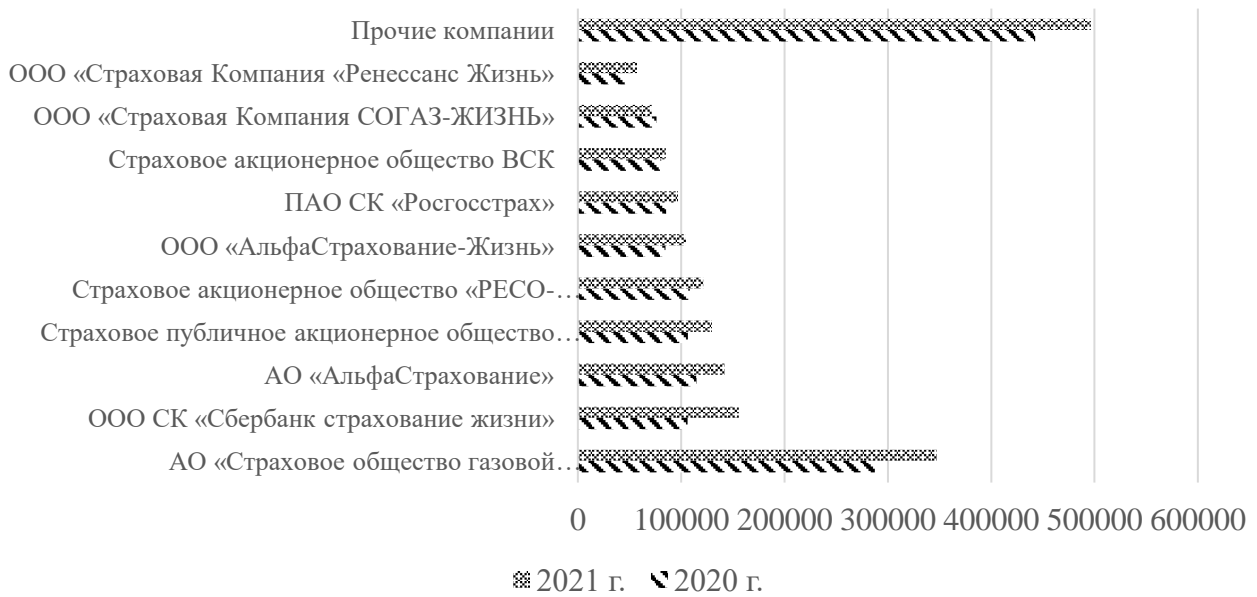


Рисунок 2 - Динамика показателей сборов и выплат топ-10 страховых компаний по результатам 2021 года [3]

В целом перечень 10 лидеров страховых компаний остался без изменений, но при этом произошли изменения в структуре доли компаний лидеров:

- Сбербанк Страхование Жизни переместился вверх на 3 позиции – на 2 место;
- АльфаСтрахование снизилось одну ступень и заняла 3 место по сборам;
- РЕСО-Гарантия сместилась с 3 на 5 место;
- АльфаСтрахование-Жизнь переместилась с 7 на 6 место, сместив Росгосстрах на 7 место.

Дальше проведём оценку сборы страховых компаний по видам страхования в 2021 году по России в целом [2, с. 107].

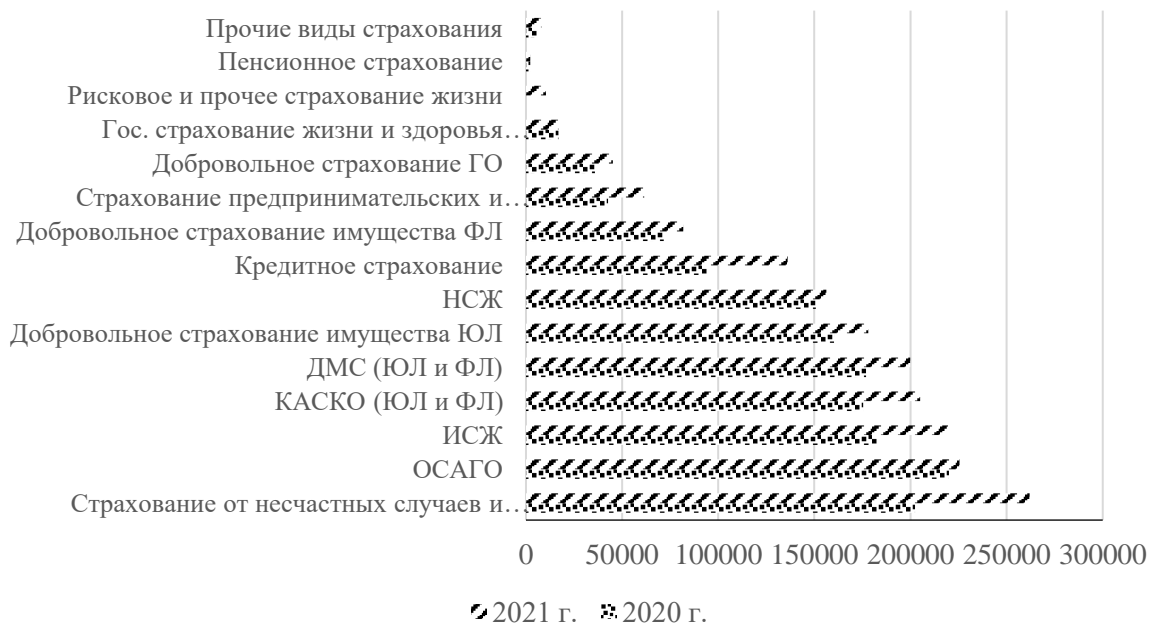


Рисунок 3 - Динамика сборов российских страховых компаний по видам страховых предоставляемых услуг [2]

Рассмотрим количество новых договоров по видам предоставляемых страховых продуктов по российским страховым компаниям.

На 38 процентов на конец 2021 года произошло увеличение договоров заключённых по добровольному страхованию, при этом наибольшее увеличение количества договор наблюдается по страхованию от несчастных случаев и болезней, страхованием имущества, ГО, предпринимательских и финансовых рисков [3, с. 309].

По договорам добровольного страхования за исследуемый период по добровольному страхованию имущества юридических и физических лиц возросло на 117 % и 28 % соответственно, а средняя премия уменьшилась на 49 % и 11 % соответственно.

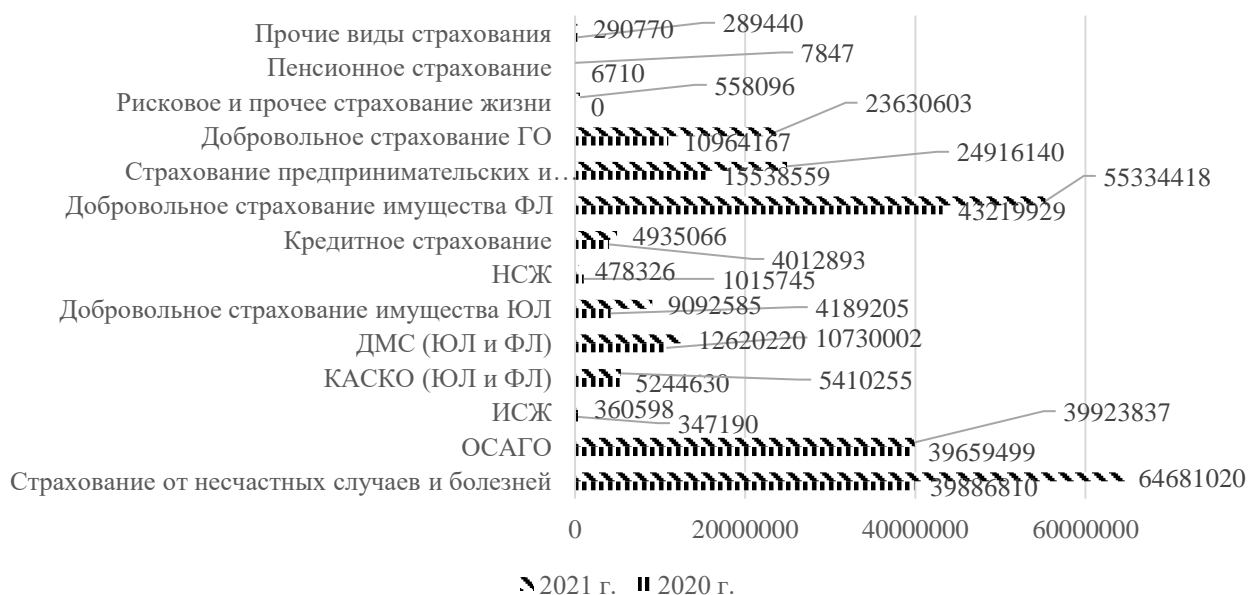


Рисунок 4 - Динамика заключённых договоров на российском страховом рынке, шт. [2]

Рассмотрим динамику средней премии полученной страховыми компаниями за последние два года.

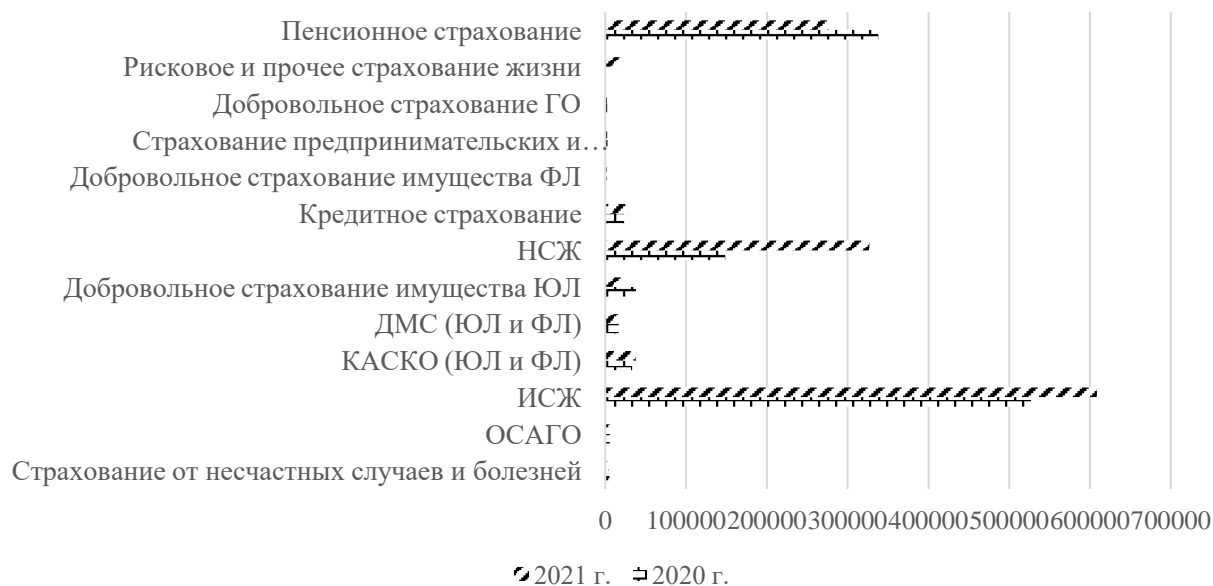


Рисунок 5 - Динамика средней страховой премии по страховым продуктам, тыс. руб. [4]

В целом можно отметить, что средние премии показали разнонаправленный тренд изменений в 2021 году [4, с. 76].

Страховой рынок России в 2021 году показал необычайный рост премий – 18 % и составил 1,81 трлн рублей. Список страховых компаний

лидеров за исследуемый период остался без изменений, хотя позиции некоторых за исследуемый период изменилась. Концентрация страховых компаний первой десятки выросла с 71 % до 73 % [4]. Страховые компании существенно увеличили объёмы сборов по всем крупнейшим видам страхования, единственным исключением является пенсионное страхование жизни.

Список литературы:

1. Андреева, Н. В. Организация инновационных процессов в российской экономике // Н. В. Андреева, Е. П. Огородникова. В сборнике: Основные направления развития техники, технологии, индустрии сервиса и туризма, 2021. - С. 12-14.

2. Огородникова, Е. П. Конкурентоспособность кадровой политики как фактор социальной инфраструктуры организации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, 2021. Т. 18. № 6 (120). - С. 105-111.

3. Шарифьянова, З. Ф. Региональные страховые компании в РФ: пути выживания // Путеводитель предпринимателя: научно-практическое издание. Выпуск 26. - М.: 2017. - С. 307-313.

4. Юзвович, Л. И. Принципы организации автострахования в системе функционирования страховых отношений на российском страховом рынке // Л. И. Юзвович, А. С. Мельников. Современные наукоёмкие технологии, 2017. № 6. - С. 76-77.

СЕКЦИЯ IV. СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Иванов Александр Иванович

кандидат философских наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

САМООРГАНИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЧИВОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация: в статье раскрывается сущность самоорганизации как инструмента управления в условиях турбулентности внешней среды. Определяются условия и характеристики организационных структур, которые делают возможным эффективную самоорганизацию. Также выявляются взаимоотношение и взаимосвязь самоорганизации и организации.

Ключевые слова: самоорганизация, самоуправление, синергетический подход, адаптивные организационные структуры, каналы коммуникаций, внутренний потенциал, самообучение, самовоспитание, самоконтроль.

SELF-ORGANIZATION AS A MANAGEMENT TOOL IN A VOLATILE ENVIRONMENT

Abstract: the article reveals the essence of self-organization as a management tool in the conditions of turbulence of the external environment. The conditions and characteristics of organizational structures that make effective self-organization possible are determined. The relationship and interrelation of self-organization and organization are also revealed.

Key words: self-organization, self-management, synergetic approach, adaptive organizational structures, communication channels, internal potential, self-learning, self-education, self-control.

Внешняя среда, в которой функционирует общество, в том числе современный бизнес, и осуществляется управление, становится всё более сложной и динамичной. Она приобретает всё большую вариативность и эмерджентность. Подтверждением данного тезиса являются те события, свидетелями которых мир сегодня является. Это требует от современных организаций большей гибкости, большей адаптивности, большей креативности для обеспечения эффективности и просто выживания. В свою очередь, это обстоятельство предъявляет особые требования к их управлению, делает насущным и жизненно важным поиск путей воздействиям, адекватных сложившимся обстоятельствам.

Существующая ещё в подавляющем большинстве наших организаций жёсткая, иерархическая, неповоротливая модель управления приходит в противоречие с новой реальностью и порождает большое количество отрицательных явлений.

В предыдущей статье нами были обозначены современные, наиболее важные тенденции развития мирового менеджмента. Их анализ показал, что большую роль в управлении начинают играть такие процессы, как самоорганизация и самоуправление. Этот факт делает актуальным вопрос об их более детальной и всесторонней научной проработке [1].

По мнению многих авторов, наиболее плодотворный и адекватный подход к пониманию и описанию функционирования организации и управлению процессами в ней – синергетический подход. Синергетика - это учение об открытых, неравновесных, саморазвивающихся системах. По своей сути корпорация представляет собой как раз такую неравновесную систему, для управления которой целесообразно использовать потенциал самоуправления и возможности самоорганизации. Самоорганизация применима исключительно к адаптивным системам, которые способны меняться с изменением внешней среды.

Попытки жёстко и чётко регулировать и контролировать все процессы в организации делают её ригидной, инертной, неспособной к быстрым изменениям, ведут к значительному внутреннему усложнению её структуры и всех процессов управления. Выходом из сложившейся ситуации может быть установление высшим руководством неких общих условий, правил поведения, ограничений и предоставления в рамках этих правил свободы работникам, коллективам действовать самостоятельно. Люди самостоятельно принимают решения, ставят себе цели, определяют оптимальные действия и пути их достижения. Они не нуждаются в чётких приказах и инструкциях, строгом контроле.

В литературе встречается множество определений самоорганизации, из которых можно выявить некоторые её общие признаки и свойства.

Для самоорганизации в корпорации необходимо наличие общей цели, которая самостоятельно сформулирована и принята всеми её членами и к достижению которой все стремятся, выбирая и создавая формы, средства и методы её достижения. Причём делают они это самостоятельно, таким образом самоорганизуясь вокруг неё.

Также самоорганизация невозможна без соответствующих адаптивных организационных структур типа матричных или проектных, приспособленных к функционированию автономных самоуправляемых команд. Подобные команды составляют инструменты самоорганизации динамического

взаимодействия внутри организационных структур. В данную парадигму очень хорошо вписывается и процесс децентрализации управления.

В таких условиях руководителям целесообразно как можно полнее делегировать полномочия подчинённым, давать работникам свободу принятия решения, выбора путей решения проблемы и достижения цели в рамках данных полномочий. Сами же они должны контролировать достижение конечного результата. Таким образом, задача состоит в раскрытии и реализации лидерских качеств работников, их самоорганизационного и творческого потенциала, превращения их в ресурсы организации.

В связи с этим, важнейшим принципом, регулирующим связи и отношения в компании, должен стать принцип субъективности и ценностно-личностного подхода управленцев к своим работникам. Он предполагает, прежде всего, уважительное и справедливое отношение к персоналу, доверие и поддержку его во всём, полное раскрытие его творческого потенциала, актуализацию способностей и внутренней активности. В основу самоуправления должен быть заложен субъективизм и активность работников.

Большую роль в процессе самоорганизации играет самообразование и самообучение, в основе которых заложено извечное стремление человека к самосовершенствованию, приобретению новых знаний, получению необходимой информации. Причём это стремление люди реализуют самостоятельно в ходе повседневной практики, полученного личного опыта, приобщения к передовому опыту, накопленному другими. Также обучение осуществляется на базе учебных заведений и курсов разного уровня. Безусловно, большое значение на современном этапе имеет скорость получения знаний и его качество.

В процессе самоорганизации должно иметь место и самовоспитание, связанное с формированием необходимых в данной ситуации человеку качеств, свойств личности и избавления от тех, которые мешают плодотворной, самостоятельной работе. Для этого человеку потребуется овладеть навыками самодисциплины, самоубеждения и самовнушения, самоодобрения и

самопоощрения. Для успешного осуществления деятельности на основе самоорганизации руководителю, работнику желательно обладать такими качествами как самостоятельность, независимость в суждениях, оценках и действиях, высокая ответственность, активность и инициативность, в том числе и интеллектуальная, сильная воля, коммуникабельность, творческий подход к любому делу, самокритичность и т. д.

В деятельности на основе самоорганизации не обойтись и без самоконтроля, который проявляется в оценке внутренних ощущений и соотнесении их с результатами, достигнутыми в ходе выполнения самостоятельных действий, с теми результатами, на достижение которых эти действия были направлены. Это позволяет неформально оценить свои усилия, выявить несоответствия в своих знаниях, компетенциях и действиях, определить возможности и имеющиеся ресурсы, и скорректировать свою деятельность. Для этого руководителям и работнику потребуется владение навыками самоанализа и самооценки, самоотчёта и самотестирования, умение и способность слушать свой внутренний голос. Это даёт уверенность в том, что движение осуществляется в правильном направлении.

Очень важную, если не ключевую роль в самоорганизации играет информация, построение коммуникационных каналов. Коммуникация является важным инструментом, с помощью которого корпорация способна в полной мере использовать креативные способности работников, их интеллектуальный и самоорганизационный потенциал для повышения её гибкости, конкурентоспособности, живучести, достижения намеченных целей. Правильно построенные коммуникативные каналы способны интегрировать информацию, увязывать между собой её отдельные блоки. В свою очередь, это позволяет сотрудникам увидеть картину в целом, всё многообразие и качество связей между элементами системы. Имея всю необходимую информацию, работники способны более качественно выполнять работу, принимать самостоятельные адекватные и своевременные решения, подбирать соответствующие ситуации формы и методы их реализации. И в этом плане уместно говорить о том, что

коммуникации – это важнейший процесс в ходе самоорганизации персонала компании. В свою очередь, самоорганизующаяся система представляет собой новый тип коммуникации [3].

Поэтому важным принципом самоорганизации управления является беспрепятственное распространение информации внутри организации, её открытость в отношении внешней среды.

Таким образом, самоорганизация предполагает возникновение качественно новой структуры внутри организации как информационной, так и функциональной. Причём, это упорядочение системы происходит за счёт внутренних потенций и ресурсов системы в её стремлении к определённым целям. Это самопроизвольное возникновение и функционирование особых структур, состояний, характеристик, правил, согласованного и скоординированного поведения. Этот процесс носит системный характер и происходит без целенаправленного начала, т. е. не требует специальной постановки целей, без присутствия упорядочивающих воздействий из внешней среды [2, 5].

Также самоорганизация трактуется как новый «подход к управлению организационными системами ориентирован на распознавание, запуск и поддержку самоорганизующих тенденций» [4].

Для понимания самоорганизации очень важно установить взаимоотношение, соотнести принципы взаимодействия целенаправленной управленческой деятельности и стихийной самоорганизации.

Многие исследователи утверждают, что полностью самоуправляемая организация - это миф, и её существование маловероятно. Даже провозглашается принцип вторичности, констатирующий невозможность первичности самоуправления в организации. Это когда самоорганизация и самоуправление находятся в подчинении бюрократических, иерархических систем. А иногда формальное управление вообще подменяет собой самоорганизацию и самоуправление.

Но чаще всего самоорганизация в компании существует наряду с формальными инструментами управления. Они активно взаимодействуют друг с другом и взаимно дополняют друг друга. Самоорганизация должна быть в какой-то степени регламентирована инструкциями и положениями. Но эта регламентация не должна носить жёсткий характер. Вместе с тем, в определённых условиях, в частности в условиях резких, неожиданных изменений на первый план выходят процессы самоорганизации и самоуправления, которые демонстрируют большую эффективность.

Самоорганизация выступает как активное начало в развитии системы. Поэтому, как правило, самоорганизация доминирует на первоначальной стадии существования организации и инициирует обычное, формальное управление. Очень часто самоорганизация и самоуправление компенсируют недостатки профессионального управления, регулируют неохваченные обычным управлением области. Некоторые исследователи справедливо указывают на то, что абсолютизация самоорганизации или формального управления приводит к отрицательным последствиям. Важно, чтобы они были сбалансированными. Выдвижение на первый план организации или самоорганизации обусловлено сложившейся внешней ситуацией, состоянием самой системы, теми целями, которые она преследует [6].

В некоторых исследованиях также отмечается, что механизмы самоорганизации различаются значительно в зависимости от уровня управления. То есть, на высшем уровне есть свои особенности, которые отличают его от уровня среднего и низшего звена. Наиболее исследован как раз низший, микроуровень [7].

Список литературы:

1. Иванов, А. И. Самоорганизация как основная тенденция развития менеджмента в условиях неопределённости/ Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24 ноября 2021 г.) / А. И. Иванов, В. Н. Яковлев. Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 383-390.

2. Князева, Е. Н., Курдюмов, С. П. Синергетика: нелинейность времени и ландшафты коэволюции. - М. : КомКнига, 2007. – 272 с.

3. Коммуникация в управлении персоналом. [Электронный ресурс] // Электрон. версия печат. публ. URL: <http://www.abmgroupru/engine.php?c=i0022>

4. Михеев, В. Н. Проектный менеджмент для проектноориентированных компаний / В. Н. Михеев // Консалтинг, 2002. - № 1-2. - С. 16-27.

5. Мосейко, В. О. Предпринимательские структуры как самоорганизующиеся системы // В. О. Мосейко, З. Н. Босчаева. Вестник АГТУ. Серия: Экономика, 2012. - №1. - С. 116-120.

6. Подлесных, В. И. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур на основе механизма взаимодействия управления и самоорганизации // В. И. Подлесных, Н. В. Кузнецов. Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики, 2009. - №. 6 (64). - С. 90-95.

7. Шестакова, Е. В. Микроуровень самоорганизации социально-экономических систем // Вестник СамГУ, 2012. - №7. - С. 164-171.

Исупова Анна Валерьевна
магистрант

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Долгополов Евгений Михайлович

кандидат военных наук, доцент, заведующий кафедрой

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Аннотация: работа посвящена анализу деятельности рекламно-производственных компаний в Пермском крае. В статье исследована структура распределения компаний, реализующих рекламно-производственную деятельность, по районам города Перми. Представлен рейтинг и характеристика лучших пермских рекламно-производственных компаний, а также обозначены основные направления их развития.

Ключевые слова: рекламно-производственные компании, пермский рынок, рекламно-производственная деятельность, финансовая деятельность.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ADVERTISING AND PRODUCTION COMPANIES IN THE PERM REGION

Abstract: the work is devoted to the analysis of the activities of advertising and production companies in the Perm Region. The article examines the distribution structure of companies implementing advertising and production activities in the districts of the city of Perm. The rating and characteristics of the best Perm advertising and production companies are presented, as well as the main directions of

their development are outlined.

Key words: advertising and production companies, perm market, advertising and production activities, financial activities.

Несмотря на возрастающую популярность проведения рекламных кампаний в интернет пространстве и активное развитие SMM-агентств, услуги и продукты, которые реализуют рекламно-производственные компании остаются востребованными и эффективными средствами для распространения информации о предприятиях [2].

Рекламно-производственные компании - это фирмы, основной деятельностью которых является изготовление наружной рекламы, сувенирной продукции, интерьерное оформление, а также предоставление полиграфических услуг.

В настоящее время сфера рекламы в Пермском крае считается достаточно развитой. По данным 2ГИС на пермском рынке рекламной деятельностью занимается более 200 организаций, из них около 80 рекламно-производственных компаний. Структура распределения количества компаний, занимающихся производством рекламных конструкций, по районам города Перми отражена на рисунке 1.



Рисунок 1 - Структура распределения рекламно-производственных компаний по районам г. Перми [6]

Согласно данным, представленным на рисунке 1, большая часть компаний (46 %) реализует рекламно-производственную деятельность в

Свердловском районе города Перми, в Кировском районе осуществляет работу только филиал компании «Братья Рим». Данное распределение свидетельствует о том, что предприниматели стараются располагать свои филиалы в центральной части города с высоким уровнем плотности населения, в частности в районах жилых кварталов, там, где сосредоточено большее количество организаций общегородской торговли.

Необходимо отметить, что многие пермские рекламно-производственные компании успешно осуществляют свою деятельность более 10 лет, имеют определённые достижения и награды, продвигают собственные технологии и оказывают широкий спектр услуг. В основном, данные компании имеют 1-3 филиала. В таблице 1 представлена характеристика лучших, по версии интернет-площадки «Oohreklama.ru», рекламно-производственных компаний Перми в 2021 году.

Таблица 1

Лучшие рекламно-производственные компании города Перми [4]

Место в рейтинге	Компания	Характеристика компании
1	РПК «Реклама59»	Компания полного цикла. Основана в 2010 году и имеет более 80 000 успешно реализованных проектов. Расположена в Свердловском районе, ул. Маршрутная 15. Помимо изготовления рекламных конструкций, занимается производством тактильных изделий для слабовидящих и слепых. Сайт компании структурирован и информативен, имеется обратная связь для потребителей. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,4.
2-3	РА «РИЦ-Медиа»	Рекламное агентство основано в 2005 г. Предоставляет широкий спектр услуг и продуктов: транзитная реклама, indoor размещение, VTL реклама, наружная реклама, полиграфия, сувениры. Также занимается созданием и размещением сайтов, рекламой в социальных сетях и СМИ. Проводит маркетинговые исследования. Расположено в Свердловском районе, ул. Героев Хасана 29. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,9.
2-3	РА «Студия СВ»	Студия основана в 2010 году. Основная деятельность: изготовление и монтаж наружной рекламы. Расположена в Индустриальном районе, ул. Подводников 75. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,4.
4-6	РА «Призма»	Осуществляет деятельность с 2013 года. Предоставляет широкий спектр услуг. На сайте компании ведется журнал с интересными статьями. Находится в Свердловском районе, ул. Ижевская 27, лит. 3. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,0.
4-6	Студия «Novo»	Позиционирует себя как стабильно развивающаяся компания, предоставляющая услуги на рынке широкоформатной и интерьерной печати, производства рекламных конструкций, полиграфии и дизайна. Основана в 2012 году. Расположена в Мотовилихинском районе, ул.

		Вагановых 11А. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,3.
4-6	Студия рекламы «ЭТАЛОН»	Осуществляет свою деятельность с 2012 года. Занимается всеми видами наружной рекламы. Имеет одно из крупнейших производств в Перми и Пермском крае. Входит в членство «Торгово-Промышленной Палаты». У студии 2 филиала. Отдел продаж располагается в Дзержинском районе, ул. Ленина 65. Главный офис и производство находится в промышленной зоне Мотовилихинского района, ул. 1905 года 35, к. 21. Средняя оценка по отзывам в «Яндекс. Карты»: 4,5.
7	РА «SMT»	Агентство основано в 2005 году. Реализует наружную и интерьерную рекламу, предоставляет широкий спектр услуг. Расположено в Свердловском районе, ул. Краснова 18. Отзывы о компании отсутствуют.

Представленные в таблице 1 компании имеют многолетний опыт работы в рекламно-производственной деятельности, который позволяет им эффективно развиваться, выполнять работы на высоком уровне профессионализма и занимать лидирующие позиции в рейтинге лучших рекламно-производственных компаний. Практически все компании для удобства своих клиентов располагаются в центральной части города. Наиболее обширный спектр услуг предоставляет рекламное агентство «РИЦ-Медиа», имеющее лучшую репутацию среди потребителей согласно отзывам «Яндекс.Карты».

Для определения дальнейших возможностей рекламно-производственных компаний, был проведен анализ динамики их основных финансово-экономических показателей за 2020-2021 годы (таблица 2).

Таблица 2

Динамика основных показателей финансовой деятельности лучших рекламно-производственных компаний Перми за 2020-2021 годы (тыс. руб.) [5]

Компания	Показатель	2020 год	2021 год	Абсолютное отклонение (+;-)	Темп роста, %
РПК «Реклама59»	Выручка	12 240	11 446	-794	93,51
	Чистая прибыль	508	77	-431	15,16
	Рентабельность, %	4,15	0,67	-3,48	16,21
РА «Студия СВ»	Выручка	23 196	26 711	3 515	115,15
	Чистая прибыль	957	1 010	53	105,54
	Рентабельность, %	4,13	3,78	-0,34	91,65
РА «Призма»	Выручка	28 551	45 952	17 401	160,95
	Чистая прибыль	889	898	9,00	101,01
	Рентабельность, %	3,11	1,95	-1,16	62,76
Студия «Novo»	Выручка	32 354	37 926	5 572	117,22
	Чистая прибыль	-228	3 569	3 797	1565,35

	Рентабельность, %	-0,705	9,410	10	1335,37
Студия рекламы «ЭТАЛОН»	Выручка	9 579	22 199	12 620	231,75
	Чистая прибыль	5 046	-1 564	-6 610	-31
	Рентабельность, %	52,67	-7,1	-45,57	-13,48
РА «SMT»	Выручка	15 643	23 113	7 470	147,75
	Чистая прибыль	392	780	388	198,98
	Рентабельность, %	2,51	3,37	0,87	134,67

На основании данных таблицы 2 можно сделать вывод, что все рекламно-производственные компании, за исключением РПК «Реклама59», в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличили свой доход. Наилучший результат показали рекламное агентство «Призма» и студия рекламы «ЭТАЛОН», темп роста выручки компаний составил 161 % и 232 % соответственно. Однако, не смотря на положительную динамику дохода, рекламное агентство «Призма» увеличила прибыль в 2021 году только на 1 %, а студия рекламы «ЭТАЛОН» сформировала убыток.

Высокий рост чистой прибыли в 2021 году продемонстрировала студия «Novo». Темп роста данного показателя компании составил 1565,35 %.

Одним из важнейших показателей в процессе проведения исследования финансовых результатов предприятия выступает рентабельность, которая характеризует относительный размер прибыли. Наиболее рентабельной компанией по данным финансового отчета в 2020 году стала студия рекламы «ЭТАЛОН», в 2021 году – студия «Novo».

Следует отметить, что оценка финансовых показателей рекламного агентства «РИЦ-Медиа» не была проведена по причине отсутствия финансовой отчетности в открытом доступе.

Анализируя результат финансовой деятельности лидирующих рекламно-производственных компаний Перми за 2021 год, можно заметить, что большая доля рынка отводится рекламному агентству «Призма» и студии «Novo» (рисунок 2).

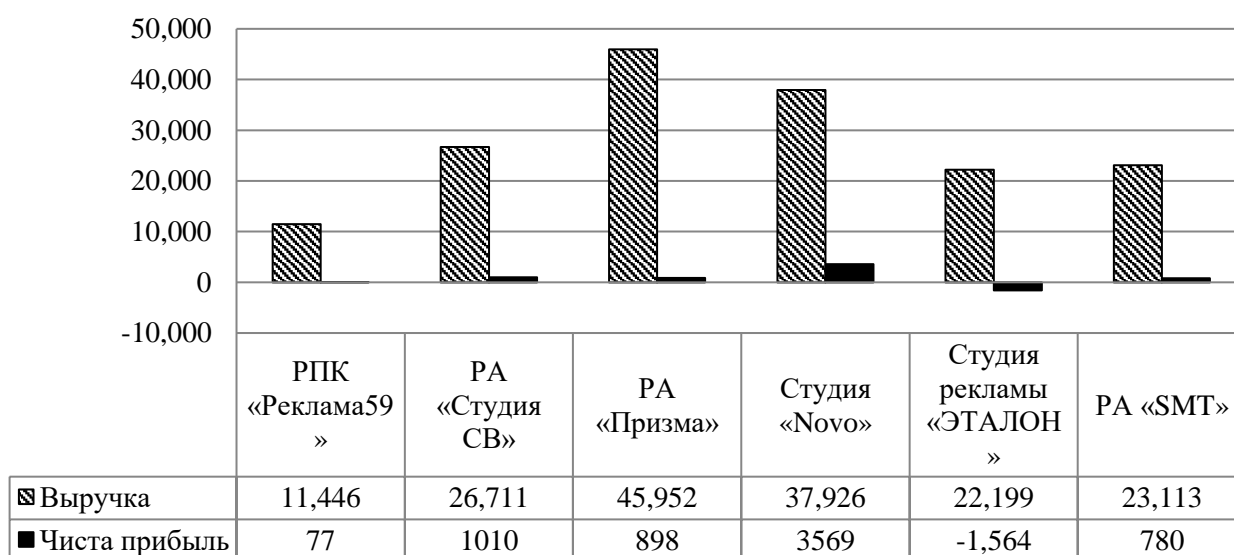


Рисунок 2 - Результат основных показателей финансовой деятельности лучших рекламно-производственных компаний Перми за 2021 год (тыс. руб.) [5]

Таким образом, несмотря на кризисные явления и изменчивое состояние современной экономики, рассмотренные рекламно-производственные компании стараются увеличивать объем реализации рекламных продуктов и услуг, наращивать производственные возможности и повышать уровень конкурентоспособности на рынке города Перми.

С целью дальнейшего эффективного развития в условиях нестабильной внешней среды, рекламно-производственным компаниям следует своевременно реагировать на происходящие изменения и разрабатывать стратегические планы развития на краткосрочные и долгосрочные периоды. Особое внимание необходимо уделять системе управления бизнес-процессами, внедрению инновационных технологий и применению нестандартных новых механизмов управления [1, 3].

Список литературы:

1. Гордеев, А. Е., Наумова, П. А., Костина, К. К. Маркетплейсы как новый канал продаж // Вызовы и решения для бизнеса: энергия регионов: Сборник материалов II Международного внешнеэкономического научно-практического форума (14 октября 2021 г.) / ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». - Москва: Изд-во «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2021. - С. 97-101.

2. Долгополов Е.М., Исупова А.В. Современные методы продвижения организации при помощи SMM // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы IX Международной научно-практической конференции (15-24

ноября 2021 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». - Пермь: Изд-во «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. - С. 368-376.

3. Иванов, А. И., Долгополов, Е. М. Ценностный подход как инструмент управления в условиях вызова внезапных ограничений // Современная торговля: теория, практика, инновации: материалы IX Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. Часть I (Пермь, 05 октября 2020 г.) / ПИ (ф) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». - Пермь: Изд-во «ПИ (ф) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2020. - С. 69-77.

4. Официальный сайт интернет-площадки «Oohreklama.ru» [Электронный ресурс]. URL: https://oohreklama.ru/index.php?dispatch=pages.view&page_id=1150 (дата обращения: 28.09.2022).

5. Официальный сайт информационного портала «Audit-it.ru» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.audit-it.ru/> (дата обращения: 28.09.2022).

6. Электронный справочник с картой города Перми: «2ГИС» [Электронный ресурс]. URL: <http://m.2gis.ru/perm> (дата обращения: 26.09.2022).

Мартиросян Мартин Ростомович
аспирант

*Пермского государственного национального исследовательского
университета, г. Пермь*

АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРЕВЕНТИВНОГО РЕАГИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация: в статье исследуются инструменты превентивного антикризисного управления, приводятся данные о закономерности спадов в развитии сложных социально-экономических систем, к которым относятся субъекты бизнеса. Проведён сравнительный анализ управленческих подходов, адаптированных к текущим нестабильным макроэкономическим условиям. Показана целесообразность ориентации на превентивность реализации системных мер предотвращения кризисных тенденций на предприятиях. Определены направления превентивного реагирования, которые заключаются в предотвращении возникновения кризиса, развития ситуации, при которой возрастает угроза несостоятельности объекта экономических отношений.

Ключевые слова: антикризисный механизм, превентивное реагирование, инструменты антикризисного управления, малый и средний бизнес, социально-экономические системы, экономические отношения.

ANTI-CRISIS MECHANISMS OF PREVENTIVE RESPONSE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Abstract: the article examines the tools of preventive anti-crisis management, provides data on the patterns of downturns in the development of complex socio-

economic systems, which include business entities. A comparative analysis of management approaches adapted to the current unstable macroeconomic conditions is carried out. The expediency of focusing on the preventive implementation of systemic measures to prevent crisis trends in enterprises is shown. The directions of preventive response are determined, which consist in preventing the occurrence of a crisis, the development of a situation in which the threat of insolvency of the object of economic relations increases.

Key words: anti-crisis mechanism, preventive response, anti-crisis management tools, small and medium-sized businesses, socio-economic systems, economic relations.

Сегодня объектами антикризисного управления выступают сложные социально-экономические системы различного уровня, к которым можно отнести субъекты страны, отраслевые комплексы, корпорации, малый и средний бизнес. Согласно научно-теоретическим подходам спады и кризисы являются закономерностями развития экономических отношений. Возникновение кризисной ситуации на предприятиях малого и среднего бизнеса может быть вызвано системными, структурными и эволюционными факторами, требующими перестройки и внедрения инновационных подходов менеджмента, радикально меняющих взгляды на организацию в качестве объекта управления. Усложнение макроэкономических и геополитических условий, активное внедрение цифровых решений во все сферы жизнедеятельности требует разработки новой, более совершенной модели управления бизнес-структурами.

Ключевой целью антикризисного управления является недопущение кризисного положения, развитие которого может быть спровоцировано не эффективным функционированием и недостаточностью значимых компетенций ответственных лиц. Если негативный сценарий уже начинает реализовываться, необходимо оперативно реализовывать меры, сохраняющие стабильность основных параметров деятельности субъекта малого бизнеса с наименьшими прямыми потерями.

Основной целью управленческого аппарата является сохранение стабильности функционирования в текущей и длительной перспективе

социально-экономической системы (страны, региона, отрасли, бизнеса), на которую направлен механизм реагирования. При управлении субъектами малого и среднего предпринимательства главная задача руководства заключается в максимизации прибыли, повышении уровня рентабельности за счёт рациональной организации процесса производства, оказания услуг и обратной связи с потребителями. Следовательно, в данном случае система управления акцентирует внимание на внутреннюю среду объекта экономических отношений, стратегию развития организации и корпоративную структуру. Об этом свидетельствует система координат, представленная на рисунке 1 (а), на которой чётко представлена модель организационной структуры организации, функционирующей внутри объекта управления.

Антикризисное управление направлено, прежде всего, на горизонты развития внешних условий функционирования экономического объекта. Все ключевые меры антикризисного управления должны обеспечить сбалансированность и устойчивость комплекса факторов, влияющих на деятельность субъекта экономических отношений, которые более значимы, чем внутренний потенциал предпринимательской структуры (рисунок 1 (б)).

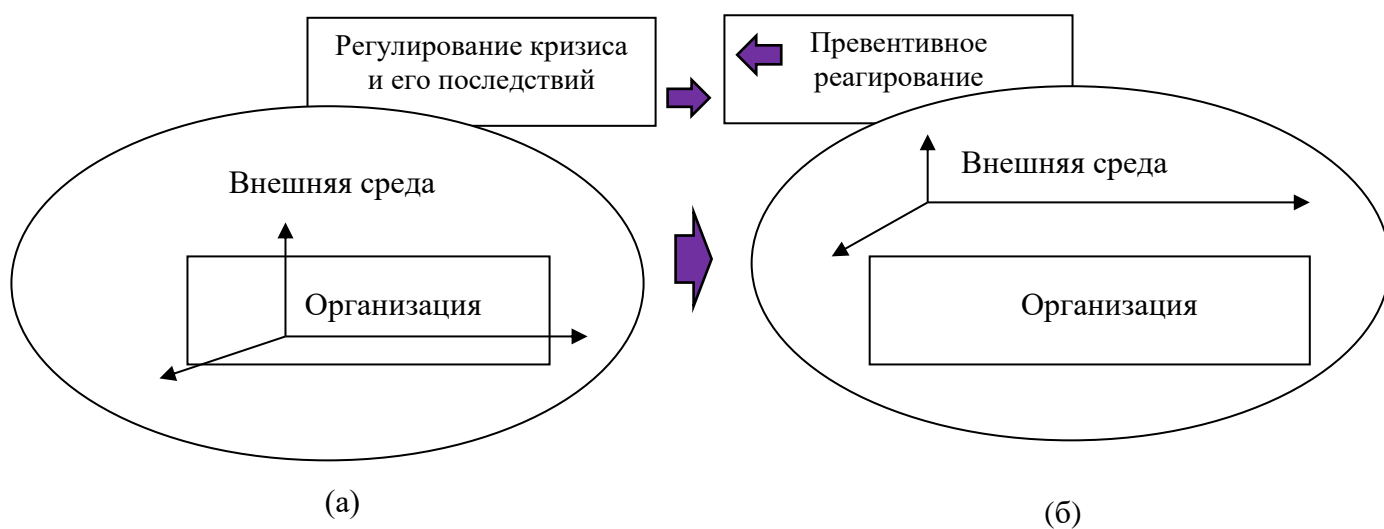


Рисунок 1 - Направленность действия механизма управления (а) и процесса антикризисного управления (б) (Составлено на основе [2])

Таким образом, задача антикризисного управления ориентирована не на обеспечение стабильности управляемого объекта, а устойчивое развитие и

стабильность структур более высокого уровня. Это является первоочередной задачей, при реализации которой могут быть предприняты любые действия, включая меры деструктивного характера, которые могут оказать негативное влияние на объект управления, и, как минимум, полностью трансформировать его. Такой сценарий наблюдается в системе координат, представленной на рисунке 1 (б), где организационная структура объекта антикризисного управления функционирует за пределами внутренней среды объекта управления. Эффективность двух типов управления может обеспечиваться прямыми и обратными взаимосвязями и рациональным выбором оптимальной системы мер в конкретной ситуации риска.

Следовательно, антикризисное управление представляет не только управленческую структуру с набором разработанных стратегических мер в условиях кризиса, но управление организационной структурой объекта управления с учетом интересов структур, занимающих более значимое место в иерархической системе, чем непосредственно управляемые социально-экономические системы. Следует учесть, что малый и средний бизнес может в большей степени адаптироваться к внешней среде, чем влиять на неё.

В настоящее время целесообразно предполагать, что процесс антикризисного управления во время стабильной деятельности субъекта экономики и отсутствия явных признаков дестабилизации должен непременно иметь место в системе управления организацией с целью недопущения развития организационно-экономического кризиса. При этом целесообразно проведение оценки и мониторинга текущей деятельности субъекта экономики для своевременного выявления негативных факторов. По мере увеличения их воздействия доля антикризисного управления будет увеличиваться и в период кризиса может достигать 100 %, полностью замещая традиционные методы и приемы управления, реализуя вместо них антикризисные практики [3, с. 17].

В случае, когда работа предприятия стабилизирована и негативные тенденции предотвращены, уровень антикризисного управления можно минимизировать. Если же деятельность предприятия полностью

дестабилизирована, антикризисное управление способствует снижению негативных социально-экономических последствий.

Ключевые принципы антикризисного управления основываются на следующих положениях:

1. Кризис представляет высокий риск для деятельности субъекта экономики, в связи с чем следует своевременно предупредить негативные факторы и не допустить деструктивного влияния на развитие организации.

2. В то же время следуют учитывать, что кризис является началом преобразования системы и структуры управления субъекта бизнеса, поэтому необходимо рационально интерпретировать полученные сигналы и совершенствовать деятельность на основе факторного анализа рисков.

3. Если факторы кризиса выявляются на ранней стадии, их можно предупредить и ограничить с наименьшими усилиями и расходами для предприятия.

4. Антикризисная стратегическая программа должна быть разработана в период стабильной деятельности субъекта экономических отношений с целью гибкого и оперативного применения в период наступления кризиса.

5. В процессе урегулирования кризиса, как правило, материально-имущественные вопросы не являются первостепенными, приоритетность отдается восстановлению стабильной деятельности объекта антикризисного управления.

Развитие кризиса может быть обусловлено влиянием внешних и внутренних факторов, в среде которых функционирует объект экономических отношений. Факторы кризиса могут иметь случайный, закономерный, намеренный или естественный характер развития [1, с. 46].

При этом, необходимо учитывать, что наступление кризиса может быть вызвано субъективными причинами, неправильными решениями, отсутствием необходимых компетенций и опыта управляющих. В данном случае уместно своевременно раскрывать негативные факторы кризиса для их незамедлительного предупреждения. От того насколько быстро будут

выявлены и предупреждены негативные причины развития кризиса, зависят расходы и нагрузка на социально-экономическую систему объекта управления. С учетом всех перечисленных условий, мы можем обозначить ключевые инструменты и методы антикризисного управления, которые включают оценку, мониторинг и диагностику факторов кризиса (рисунок 2).

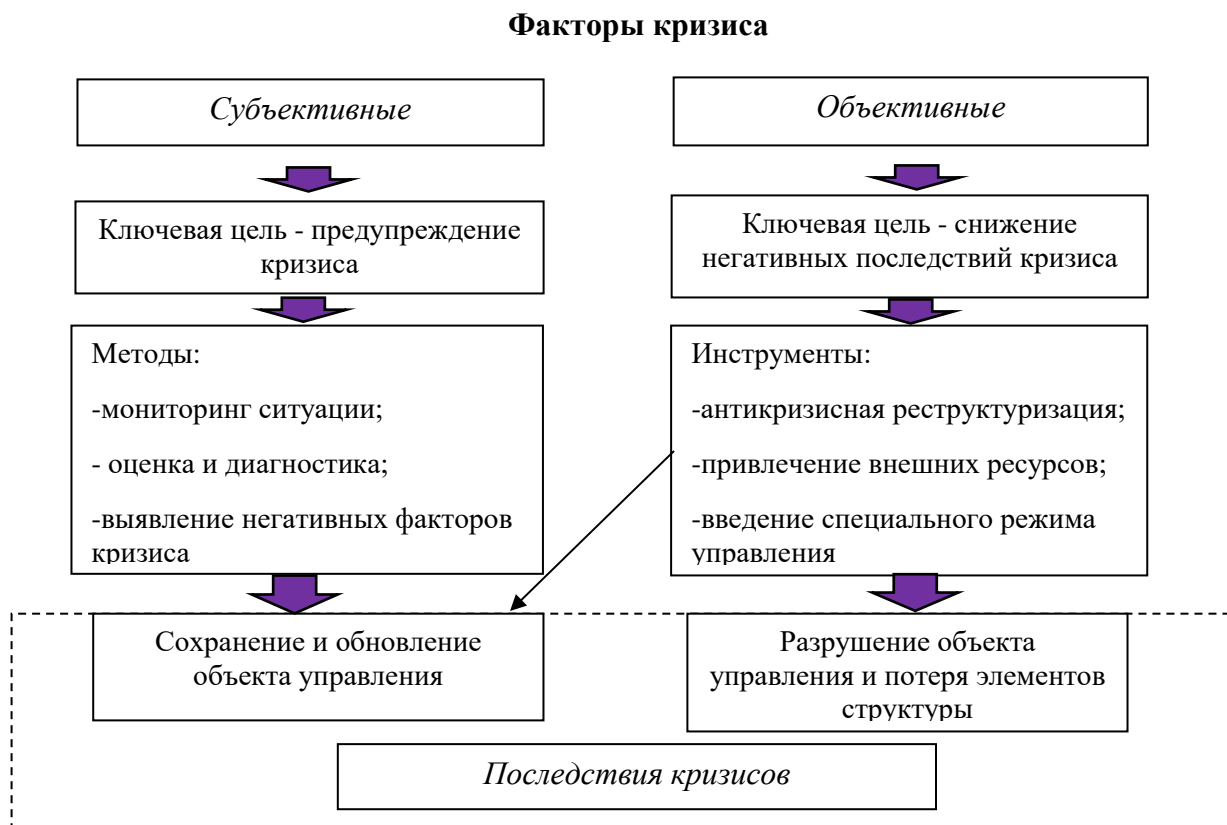


Рисунок 2 – Инструменты и методы механизма превентивного антикризисного управления (Разработано автором на основе [1, 3])

При выявлении негативных факторов, которые могут способствовать развитию кризиса, методы меняются на инструменты превентивного реагирования и реализуются усилиями объекта управления, при возникновении сложностей используется сторонняя помощь специалистов антикризисного менеджмента [4, с. 41].

Основными инструментами превентивного антикризисного управления выступают различные техники, которые положительно зарекомендовали себя в решении проблем с финансовыми обязательствами, преобразованием организационной структуры предприятия, совершенствованием системы

управления. Они в первую очередь могут быть направлены на финансовое оздоровление объекта управления.

Список литературы:

1. Авдеева, И. Л. Управление рисками в интегрированных образованиях в условиях изменяющейся внешней среды // И. Л. Авдеева, Т. А. Головина, А. В. Щёголев. Экономика и предпринимательство, 2021. № 1 (126). - С. 900-905.

2. Коробова, О. В. К вопросу об антикризисном управлении предприятием // О. В. Коробова, М. А. Блюм, А. Р. Ананьева. Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского, 2019. – № 1 (71). – С. 75-85.

3. Суровнева, А. А. Управление некоммерческой организацией с использованием инструментов антикризисного менеджмента // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2017. – Т. 7. – № 1 (22). – С. 226-235.

4. Фролова, А. А. Антикризисное управление предприятием в современных условиях // Научные Записки ОрелГИЭТ, 2016. – № 4 (16). – С. 140-149.

Николаева Анастасия Александровна
магистрант

*Петербургского государственного университета путей сообщения
Императора Александра I, г. Санкт-Петербург*

Ксенофонтова Татьяна Юрьевна
профессор, заведующий кафедрой

*Петербургского государственного университета путей сообщения
Императора Александра I, г. Санкт-Петербург*

МОТИВАЦИЯ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ

Аннотация: в статье рассматриваются ведущие мотивы потребления медиаконтента, проявления человека в социальной информационной среде. Выявлены характерные тенденции развития медиапотребления в современном обществе и факторы, влияющие на заинтересованность аудитории. Проведён анализ наиболее распространённых социальных практик в Российском медиа.

Ключевые слова: медиапотребление, социальные сети, общество, коммуникации.

MOTIVATION OF MEDIA CONSUMPTION

Abstract: the article examines the leading motives of media content consumption, human manifestations in the social information environment. The

characteristic trends in the development of media consumption in modern society and the factors influencing the interest of the audience are revealed. The analysis of the most common social practices in the Russian media is carried out.

Key words: media consumption, social networks, society, communications.

В условиях постоянной информатизации общества современные люди тратят большую часть своего дня на потребление информации. Медиа потребление в обществе с течением времени довольно сильно возросло, взяв своё начало с эпохи кинофильмов и заканчивая эпохой интернета. Средний человек проводит в социальных сетях и мессенджерах около 3-4 часов суммарно, а развлекательный контент занимает примерно 4-5 часов жизни обывателя. Таким образом, на потребление интернет-контента человек тратит от 49 часов в неделю [1].

Медиа представляет собой информационную и развлекательную информацию, которая используется как отдельным лицом, так и группой людей. Исторически первым источником медиа информации было сарафанное радио, далее появились газеты, книги, телеграфы, телефоны, радио. В 1947 году появилось телевидение и стало основным средством массовой информации вплоть до сегодняшнего дня. Далее появились социальные сети, которые поспособствовали охвату людей из разных точек мира и разных возрастных категорий. Доступность медиа для человека влияет на количество и качество его потребления. Разнообразие и доступность видов медиа порождает большой спрос, который формируют тенденции медиапотребления. Необходимо регулировать этот процесс, отслеживать изменения и создавать благоприятные условия новых возможностей для развития общества. Помимо этого, появляется необходимость снижения рисков, которые могут замедлять позитивную динамику эволюционных преобразований. Медиапотребление способствует не только получению информации в современном мире, но и увеличивает производительность труда, способствует помощи в учёбе или работе, стимулирует интеллектуальное и социальное развитие человека [2]. К основным особенностям медиапотребления в современном обществе относят:

- рутинизацию. Человек потребляет медиаконтент на регулярной основе, этот ритуал занимает неотъемлемое место в среднестатистическом дне из жизни человека. При этом задействуются традиционные каналы информации и интернет;

- активность. В большинстве случаев для использования ресурсов интернета появляется необходимость приложения усилий, например, включить устройство, выбрать канал или приложение обмена информации, ввести интересующий запрос и т. д.;

- ситуативность. Возможность применять различные носители в зависимости от ситуации – в транспорте можно слушать подкасты или музыку, смотреть видео, задействовав мобильный интернет, дома или в библиотеке – стационарный компьютер;

- техническую составляющую. Чтобы получить информацию, необходимо задействовать посредника – устройство (радио, телефон, компьютер);

- простоту. Для регулирования процесса получения или передачи информации требуется минимальный набор умений и знаний.

Проанализировав работы психологов, экономистов и социологов, можно сделать вывод о том, что к основным чертам потребления в современном обществе, прежде всего, относится мультимедийность. Используя несколько каналов одновременно, пользователи быстрее находят и смотрят более важные для них тематики, при этом достигая несколько целей одновременно. Растущая сила медиасообщений влияет на формирование представления о реальности, различных тенденциях в сферах жизни, таких как политика, литература, новости, мода, кино и т. д. Выбор медиаконтента в данном случае играет важную роль в успешности задействованной рекламы [3].

Характерной чертой является также и то, что объём потребления у населения постоянно увеличивается. Современные технологические возможности в сфере медиаконтента стимулируют спрос на определённые виды контента, что приводит к формированию новых рынков. Так, с появлением социальных сетей, в которых задействуется видео-контент, доступность

создания видео и продвижения себя как видеоблогера упростилась. Учиться создавать видео можно при помощи обучающих роликов, онлайн-школ и просто наблюдая за тем, как это делают другие [5].

Перемены требуют быстрого реагирования от всех участников процесса. Аудитории должны отслеживать новшества технологий, производители контента постоянно должны следить за трендами, создавая что-то новое для привлечения и удержания аудитории. Современное медиапотребление плотно вошло в повседневность, заняв важное место в структуре потребностей человека. Постепенно происходит деформация пассивного потребления контента, пользователи все чаще склонны к активной настройке медиасреды, отталкиваясь от своих предпочтений. Структура медиапотребления в последнее время постепенно стабилизируется, на пике популярности зафиксировались социальные сети, мессенджеры, поисковые и видеосервисы, интернет-магазины и банки. Со временем снижается аудитория видеоигр и тех, кто читает печатные книги или газеты. Однако, в крупных городах незначительно увеличивается количество тех, кто посещает кино и театры [4].

В основном тенденции потребления в России находятся на одном уровне с мировыми трендами, интернет-коммуникации глубоко вошли в реалии жизни, внося свои коррективы в традиционные способы взаимодействия общества. Таким образом, рассмотренные тенденции особенностей медиапотребления необходимо учитывать при разработке стратегий, которые влияют на регулирование сферы медиа, социальной жизни. Несмотря на это, каждый человек должен быть готов принимать ответственность за свою безопасность, что подразумевает под собой основные навыки медиаграмотности. Учитывая вышесказанное, вопросы доступности медиаобразования встают ещё острее.

Список литературы:

1. Акимова, Д. Ю. Интернет-маркетинг и его влияние на развитие бизнеса [Текст] / Д. Ю. Акимова // Научные идеи в контексте модернизации современного общества: Материалы международной научно-практической конференции, 2017. – С. 6-8.
2. Алексеев, И. В. Формирование понятия интернет-маркетинг [Текст] /

И. В. Алексеев, составитель Локтева Т. В. // Актуальные проблемы развития общества, экономики и права сборник научных статей молодых преподавателей и аспирантов, 2018. – С. 33-39.

3. Bezdudnaya, A. G. Evaluation of youth competence in the field of sustainable development: lifecycle approach /

A. G. Bezdudnaya, T. Y. Ksenofontova, V. M. Razumovsky,

N. Zinchik, D. S. Iudin. Espacios, 2018. Т. 39. № 21. - С. 5.

4. Джагарян, Д. А. Интернет-маркетинг как перспективный метод продвижения продукции и услуг в интернете [Текст] / Д. А. Джагарян // Университетская наука - региону Материалы VI ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых. Под редакцией Л. И. Ушвицкого, А. В. Савцовой, 2018. – С. 339-341.

5. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М. : Омега-Л, 2016. – 223 с.

Талипова Нигора Тулкуновна

кандидат экономических наук, доцент

Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Ташкент

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Аннотация: в статье проводится анализ и выявляются факторы, влияющие на развитие экспорта Узбекистана, а также исследуются возможности повысить экспорт республики до уровня импорта с уменьшением сальдо между экспортом и импортом.

Ключевые слова: внешний торговый оборот, фактор, влияющий на экспорт, товары, услуга, экспортный потенциал

DEVELOPMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN AS A FACTOR OF THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Abstract: the article analyzes and identifies factors influencing the development of Uzbekistan's exports, as well as explores the possibility of increasing the republic's exports to the level of imports with a decrease in the balance between exports and imports.

Key words: foreign trade turnover, factor affecting export, goods, service, export potential

Экспортный потенциал представляет собой способность национальной экономики производить продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках,

и экспортировать её в достаточных объёмах по мировым ценам. Его стратегическая роль заключается в том, что он должен стать инструментом активизации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ национальной экономики в международном разделении труда, средством содействия выходу государства на путь стабильного и ускоренного качественного экономического роста.

Стратегия развития экономики Республики Узбекистана ставит своей целью создание экспортноориентированной диверсифицированной и конкурентоспособной экономики, максимальное использование национальных ресурсов с привлечением инновационных технологий и новых методов рыночного управления. При этом важную роль в этом процессе играет развитие внешнеэкономической деятельности как конечный результат реализуемой в стране политики, которая непосредственно влияет на уровень жизни населения.

Так, если в 1990 году наибольшую долю в валовой добавленной стоимости страны занимало сельское хозяйство - 38,12 %, то к 2022 году наибольшую долю в валовой добавленной стоимости занимают услуги – 35,7 % и отрасли промышленности – 29,5 % [1].

В последнее время развитию экспортного потенциала Республики Узбекистан уделяется много внимания. Не так давно в 2019 году в ходе видеоселекторного совещания по вопросам повышения экспортного потенциала отраслей и регионов страны, привлечения инвестиций и расширения локализации производства продукции Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев отметил: «Без экспорта нет будущего ни у одного предприятия. Нет будущего страны ... Экспорт - это теперь не желание, а обязанность» [2].

В связи с этим, даже на законодательном уровне закрепили действия ответственных структур за развитие регионов, в т. ч. экспортного потенциала. Чиновники должны жёстче выполнять свои обязанности по контролю за развитием городов и регионов.

Всё это ярко отражает намерения страны наращивать экспорт в страны ближнего и дальнего зарубежья, что проявляется в структуре и динамике экспорта и структуре основных внешнеторговых партнёров (рисунок 1).

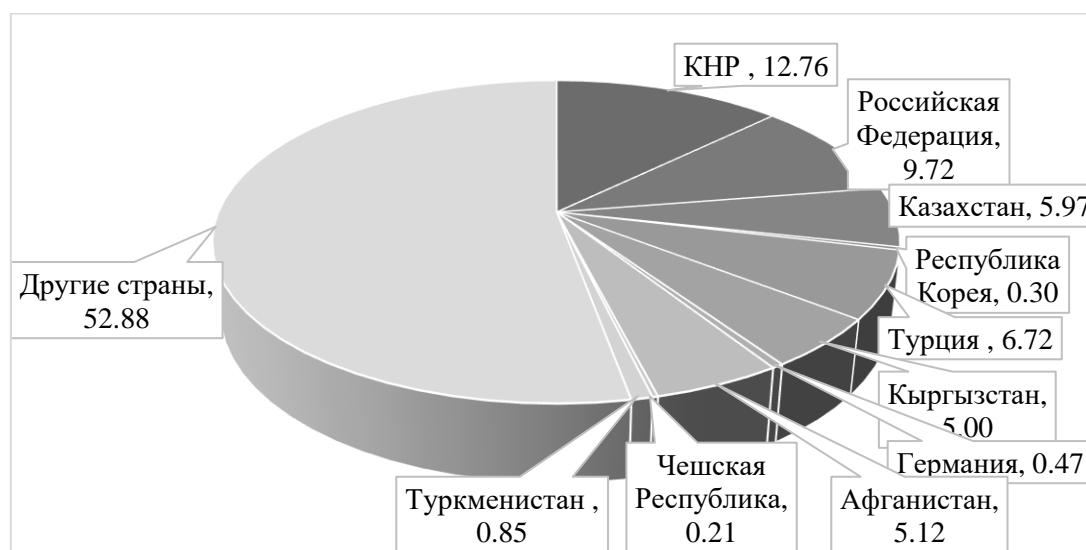


Рисунок 1 - Доля основных стран-партнёров в общей структуре экспорта Республики Узбекистан (в % к общему объёму) [3]

По итогам 2021 года наибольший объём экспорта Узбекистана зафиксирован со следующими странами ближнего и дальнего зарубежья: КНР (12,76 % - 1 930,9 млн долларов США), Российской Федерацией (9,72 % - 1 470,1 млн долларов США), Республикой Турцией (6,72 % - 1 016,3 млн долларов США), Казахстаном (5,97 % - 903 млн долларов США), Афганистаном (5,12 % - 774,6 млн долларов США) и Кыргызстаном (5 % - 756,6 млн долларов США).

Также стоит упомянуть о факторах, которые оказывают влияние на экспортный потенциал страны. В первую очередь, отметим положительные факторы.

– Макроэкономическая стабильность страны, т. е. поступательное развитие экономики, обеспечивающее достижение устойчивого экономического роста при относительно стабильном уровне цен и низком уровне безработицы, при стабильности национальной валюты и при отсутствии высокой инфляции в течение продолжительного периода, цель которой создание условий, благоприятствующих инвестициям и сбережениям [4]. Здесь

хотелось бы выделить, что даже в период мировой пандемии коронавирусной инфекции, а вместе с ней падением мировой деловой активности, Республика Узбекистан по итогам 2021 года показала рост ВВП, который составил 101,6 %. При этом, по прогнозам, в 2021 году экономический рост Узбекистана составит не менее 5,1 %. Макроэкономическая стабильность создаёт условия для привлечения иностранных инвестиций и дальнейшего роста экономики.

– Месторождения различных полезных ископаемых. Узбекистан входит в десятку лидеров в мире по запасам и ресурсам некоторых важнейших видов полезных ископаемых, таких как золото (5 место), уран (12-е), медь (8 место), калийные соли (4-е), фосфориты и каолин. Также республика занимает лидирующие позиции в мире по объёмам производства золота (10 место) и урана (7-е). По данным Госреестра запасов полезных ископаемых, в Узбекистане обнаружено более 2 тысяч месторождений, в том числе 814 - строительные материалы, 624 - пресные и минеральные подземные воды, 235 - углеводороды, 152 - металлы; 37 - неметаллы, 32 - химический, 30 - поделочный камень, 7 - уголь и сланец [5].

– Географическое положение страны. Узбекистан расположен в центре Средней Азии, имеет сопредельную границу с Казахстаном, Туркменистаном, Кыргызстаном, Таджикистаном и Афганистаном. Через территорию страны проходят важные транспортные магистрали, связывающие страны региона. При этом в расположении республики есть один существенный недостаток, а именно то, что Узбекистан – это одно из двух государств мира (наряду с Лихтенштейном), которым для выхода к Мировому океану необходимо пересечь территорию двух государств [6].

– Трудовые ресурсы и внутренний рынок с населением более 35 млн человек. В Узбекистане положительная динамика в росте населения, что выражается в избытке дешёвых трудовых ресурсов (часть населения выезжает за рубеж на заработки) и даёт для производителей (особенно, национальных) уверенность в росте спроса на выпускаемую ими продукцию.

Для полноты картины стоит также отметить негативные факторы, которые выступают в роли тяжёлого якоря.

– Некомпетентность кадров в руководящем составе страны. Важнейшие задачи, поставленные президентом, выполняются медленно и некачественно, всюду прослеживается нежелание чиновников действовать в этом направлении. В ходе видеоселекторного совещания по вопросам повышения экспортного потенциала отраслей и регионов страны, привлечения инвестиций и расширения локализации производства продукции в 2019 году Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев отметил, что руководители на местах «не работают системно по вопросам экспорта», а «заняты только погоней за цифрами» [7]. Стоит понимать, что данная проблема присуща не только Узбекистану, но и всем постсоветским странам.

– Коррупция. Узбекистан занял 146-е место из 180 в Индексе восприятия коррупции Transparency International за 2021 год, поднявшись на семь позиций по сравнению с 2019 годом. Борьба с этим преступным элементом поводится не особо эффективно и регулярно, поэтому здесь необходимо пересмотреть методы работы по данному направлению.

С учётом всех существующих позитивных сдвигов и преимуществ Узбекистан пока не реализовал полностью все имеющиеся возможности по расширению своего экспортного потенциала [9, 10]. Особое значение здесь приобретает вопрос диверсификации узбекской экономики. Так как основная цель диверсификации экономики Узбекистана - это построение экспортноориентированной экономики за счёт развития внутреннего производства, повышения уровня конкурентоспособности продукции, реализуемой на внешний товарный рынок. Однако на данный момент доля сырья пока занимает существенную долю в общей структуре экспорта (золото, цветные металлы, природный газ), и стране необходимо в дальнейшем наращивать объём переработки для дальнейшего производства конечной продукции. Из хороших примеров здесь можно привести текстильную отрасль, которая почти полностью базируется на местном сырье (хлопок, шёлк), имеет

полный цикл производства, начиная с выращивания хлопка и заканчивая производством конечной продукции, и при этом экспортирует как полуфабрикаты (пряжа, полотно), так и конечную продукцию (одежда, ковры и т. д.), которая пользуется спросом на мировом рынке. Ранее автор проходил научно-исследовательскую практику на базе предприятия, специализирующего на производстве готовых трикотажных изделий, на собственном практическом опыте убедился, что текстильная отрасль на сегодняшний день полностью отвечает целям и задачам в сфере развития экономики, а именно созданию рабочих мест, диверсификации производства (ранее Узбекистан специализировался только на выращивании и первичной переработке хлопка), расширению структуры экспорта и его географии, пополнению государственного бюджета, привлечению иностранного капитала.

Помимо всего вышперечисленного, свою роль в современных условиях для Узбекистана будет играть выбор дальнейшей экономической интеграции, т. к., несмотря на то, что население республики растёт, внутренний рынок всё же ограничен, и не сможет дать импульс для дальнейшего роста экономики. Поэтому расширение географии экспорта и его ассортимента будет краеугольным камнем внешнеэкономической политики страны. Учитывая, что большинство стран мира старается также развивать своё национальное производство и не заинтересовано открывать свои рынки для всех, применяя различные тарифные и нетарифные методы, то экономическая интеграция или объединение стран сможет дать необходимый фундамент для взаимовыгодного экономического сотрудничества.

Список литературы:

1. Информационное агентство «*REVIEW.UZ*» - «Укрепление макроэкономической стабильности в условиях глобальной пандемии за счёт диверсификации национальной экономики» [Электронный ресурс]. URL: <https://review.uz/>
2. Информационное агентство «*Gazeta.uz*» - «Экспорт - теперь это не желание, а обязанность» - «Шавкат Мирзиёев», 2019. URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2019/08/13/export/>

3. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. URL: <https://stat.uz/ru/>

4. Талипова, Н. Т. Управление внешнеэкономической деятельностью: проблемы стратегического соответствия. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения, 2019. - С. 556-563.

5. Информационное агентство «*REVIEW.UZ*» - «Укрепление макроэкономической стабильности в условиях глобальной пандемии за счёт диверсификации национальной экономики», 2021. URL: <https://review.uz/post/ukreplenie-makroekonomicheskoy-stabilnosti-v-usloviyah-globalnoy-pandemii-za-schet-diversifikacii-nacionalnoy-ekonomiki>

6. Талипова, Н. Т. Экономическая безопасность - основа стабильного и устойчивого развития республики Узбекистан. В сборнике: Россия в XXI веке: глобальные вызовы и перспективы развития. Материалы VI Международного форума - секционные, 2017. - С. 125-131.

7. Информационное агентство «*SPUTNIK UZBEKISTAN*» - «Золотой магнат». Узбекистан готов удивить мир своими природными богатствами», 2021. URL: <https://uz.sputniknews.ru/20210427/uzbekistan-vyrabotal-18508300.html>

8. Информационное агентство «*Gazeta.uz*». <https://www.gazeta.uz/> - «Узбекистан поднялся в Индексе восприятия коррупции», 28.01.2021. URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2021/01/28/index/>

СЕКЦИЯ V. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ ДЛЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ ОБУВНЫХ ТОВАРОВ

Аннотация: статья посвящена проблемам реализации принципов циркулярной экономики при производстве обувных товаров. Рассмотрены особенности производства одежно-обувных товаров, показан их вклад в загрязнение среды обитания. Охарактеризованы направления снижения углеродного следа потребительских товаров. Приведены результаты анализа ассортимента торгового предприятия с целью выявления доли экологичных обувных товаров. Показано, что производители обуви принимают активное участие во внедрении принципов циркулярной экономики.

Ключевые слова: экономика замкнутого цикла, циркулярная экономика, углеродный след продукции, среда обитания, обувные товары, экотовары, интернет-торговля, ассортимент

ENVIRONMENTAL ASPECTS IN THE PRODUCTION OF SHOE PRODUCTS

Abstract: the article is devoted to the problems of implementing the principles of the circular economy in the production of footwear products. The features of the production of clothing and footwear products are considered, their contribution to environmental pollution is shown. The directions of reducing the carbon footprint of consumer goods are characterized. The results of the analysis of the assortment of a trading enterprise in order to identify the share of environmentally friendly shoe products are presented. It is shown that shoe manufacturers are actively involved in the implementation of the principles of the circular economy.

Key words: circular economy, circular economy, carbon footprint of products, habitat, shoe products, eco-products, e-commerce, assortment

В настоящее время потребление товаров и услуг резко возросло во всём мире, что привело к истощению природных ресурсов и деградации среды обитания [1, 2]. Особенно опасными для окружающей среды являются ксенобиотики и синтетические материалы, минерализация которых в природных экосистемах затруднена [8].

Осознание экологических проблем в обществе привело к появлению такого концептуального дискуссионного понятия, как «устойчивое развитие», в основе которого лежит обеспечение соответствия глобальных моделей производства и потребления экологическим целям. Важным инструментом устойчивого развития является циркулярная экономика.

Традиционная линейная экономика, которая состоит в постоянно растущем объёме потребления ресурсов, приводит к нанесению серьёзного ущерба природным ресурсам. В настоящее время стремительно набирает популярность модель циркулярной экономики, в основе которой лежит объединение производства, потребления и переработки потребительских товаров в замкнутый процесс [6]. Внедрение её принципов позволит решить

такие проблемы как потепление климата, истощение ресурсов и проблему отходов производства и потребления, а также достичь устойчивого развития.

Переход к циркулярной экономике основывается на изменении структуры цепей поставок, оптимизации объёмов производства и материалов, продлении жизненного цикла продукции, запуске новых моделей использования и разработке новых решений для вторичной переработки. Если упростить ещё больше, то циркулярная экономика – это следование 5Rs: Reduce, Repair, Resell, Refurbish, Recycle (сокращение, восстановление, повторное использование, обновление и переработка).

Различные этапы циркулярной экономики, такие как обновление и повторное использование, имеют значительный потенциал для снижения выбросов. Так, при производстве предметов вторичного использования выбросы парниковых газов снижаются на 60-75 % по сравнению с производством новых потребительских товаров, созданных из первичных материалов.

Производство одежды и обуви характеризуется следующими особенностями: значительное потребление невозобновляемых ресурсов; предприятия по их производству занимают большие территории; потребление значительных объёмов пресной воды; образование большого количества отходов, обладающих устойчивостью в окружающей среде и имеющих длительный период разложения.

Так, например, производство обуви из натуральной кожи составляет всего 25 % от общего производства обуви во всём мире, при этом именно на данный вид обуви приходится от 30 до 80 % глобального негативного воздействия на среду обитания. Второе место по вкладу в загрязнение окружающей среды вносит производство обуви из синтетических материалов, на третьем месте находится производство обуви из текстильных материалов [4].

В настоящее время лидеры обувной промышленности принимают активное участие в изменении своего производства в сторону цикличности. Они ставят перед собой грандиозные цели и запускают многочисленные и

разнообразные инициативы. Основными путями достижения цикличности являются: использование бренда, ассортиментная политика, участие потребителей и уровень их активности [3]. Необходимо стимулировать ответственное потребление, которое состоит в рациональном подходе к покупке и использованию потребительских товаров и услуг.

Специалисты выделяют несколько факторов в производственной цепочке, которые способствуют переходу от цепей поставок к циклам поставок. Сегодня актуальным является понятие углеродного следа продукции, под которым понимают объём парниковых газов, которые поступают в окружающую среду при её производстве. Согласно данным исследования, проведённого консалтинговой группой Quantis, доля глобальных выбросов парниковых газов при производстве одежно-обувных товаров составляет около 8 %. При этом 60 % выбросов углекислого газа в обувной промышленности обусловлено производством отдельных элементов (43 %) и добычей исходного сырья [5].

Основными направлениями снижения углеродного следа продукции являются разработка и внедрение инновационных материалов и дизайна продукции, использование многоразовой упаковки, а также сбор и переработка использованной продукции. Отмечается также, что снижению углеродного следа способствует увеличение срока использования потребительских товаров.

В связи с тем, что экологический тренд почти полностью захватил мир, представляет интерес, какую долю в ассортименте торговых предприятий занимают экологичные товары. С этой целью нами проведён анализ ассортимента обувных товаров, реализуемых в интернет-магазине «Lamoda.ru».

В 2020 году Lamoda, входящая в состав Global Fashion Group, запустила раздел Lamoda Planet, в котором присутствуют товары, отвечающие принципам устойчивого развития и осознанного потребления. В России продажи на Lamoda Planet за 2020-2021 год превысили 2,5 млрд рублей. К началу 2021 года количество пользователей платформы, которые покупают экологичные, этичные и благотворительные товары увеличилось в 3 раза – с 6,5 % до 21 % [9].

В разделе Lamoda Planet представлены экологичные, этические и благотворительные товары, а также товары, которые помогают снизить углеродный след продукции. В Lamoda Planet существует 7 основных секций, каждая из которых поддерживает разные аспекты устойчивого развития и осознанного потребления:

1) «Recycle и инновации»: товары из переработанных и инновационных материалов;

2) «Экосостав»: натуральная и органическая косметика, одежда из органических тканей, подтверждённых сертификатами;

3) «С заботой о животных»: товары, произведённые без жестокости к животным;

4) «Vegan»: товары для веганского образа жизни;

5) «Сохраняя планету»: товары, при производстве которых применены технологии, позволяющие сберечь природные ресурсы;

6) «Хочу помочь»: маркетплейс, в котором размещены товары от благотворительных фондов и в поддержку благотворительных фондов, совместный проект Lamoda, Добро Mail.ru и «Нужна помощь»;

7) «Мода без границ»: секция инклюзивной одежды для людей с инвалидностью и женщин, переживших рак груди [7].

В ассортименте интернет-магазина «Lamoda.ru» присутствует более 80 тысяч наименований обуви как отечественных, так и зарубежных производителей. В целом доля обуви, которая позиционируется как экологичная в данном торговом предприятии составляет 17,9 %. На сайте интернет-магазина заявлено, что «Экотовары» (Помогаю природе) произведены в странах присутствия Lamoda, что позволяет оптимизировать выбросы углекислого газа при доставке. При покупке данного товара потребитель вносит свой вклад в сокращение углеродного следа и поддерживает развитие локальных фабрик.

Распределение экологичной обуви в ассортименте интернет-магазина «Lamoda.ru» в зависимости от пола и возраста представлено на рисунке 1.

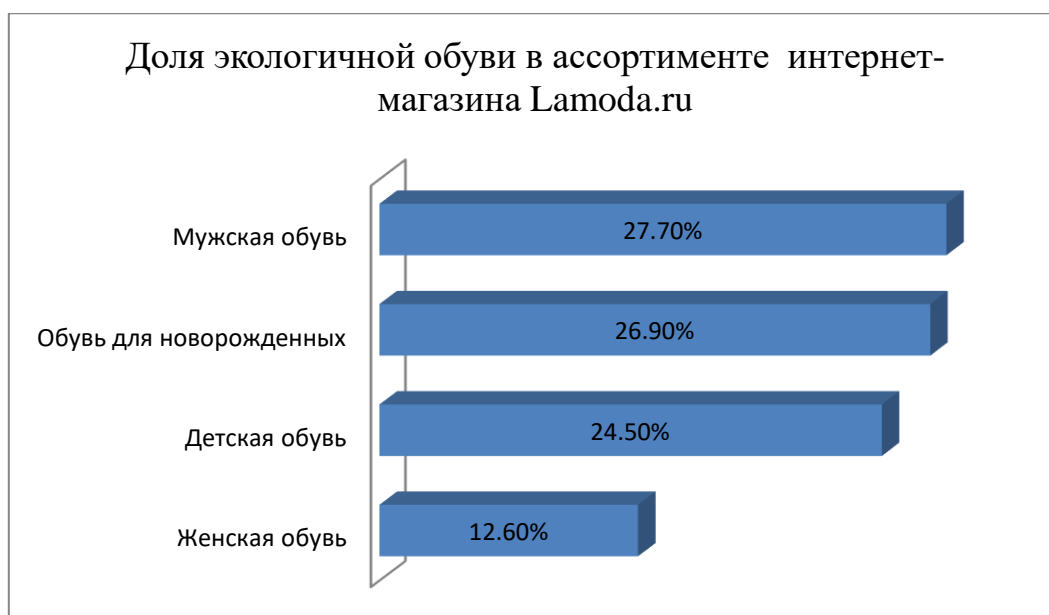


Рисунок 1 - Распределение экологичной обуви в ассортименте интернет-магазина «Lamoda.ru» в зависимости от пола и возраста

При анализе ассортимента нами установлено, что наибольшая доля обуви, произведенной со сниженным углеродным следом, присутствует в сегменте мужской обуви и составляет 27,7 %.

Наибольший вклад в производство экологичной обуви вносят такие бренды как Salamander, Thomas Munz, Ecco (Китай), Alessio Nesca (Россия), брендов Smile of Milady, Dream Time, Evart и Tingo. Обувь данных производителей является частью проекта Lamoda planet и относится к товарам, отвечающим принципам осознанного потребления.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что производители обувных товаров принимают активное участие во внедрении элементов экономики замкнутого цикла путём снижения углеродного следа своей продукции.

Список литературы:

1. Воронина, Э. В. Проблема отходов производства и потребления в Пермском крае и пути её решения. / В сборнике: Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2017. - С. 247-252.
2. Воронина, Э. В. Экологические аспекты в производстве мебели / В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы IX Международной научно-практической конференции, 2021. - С. 221-227.

3. Достижение цикличности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.comnews.ru/content/218615/2022-02-02/2022-w05/dostizhenie-ciklichnosti> (дата обращения: 10.09.2022).
4. Как обувь влияет на окружающую среду [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imorganic.ru/shoes/> (дата обращения: 10.09.2022).
5. Кондратенко, Татьяна. 8 % общемировых выбросов - это углеродный след от производства одежды и обуви [Электронный ресурс]. URL: <https://plus-one.ru/ecology/2018/03/27/eksperty-ocenili-uglerodnyy-sled-industrii-mody> (дата обращения: 10.09.2022).
6. Кудрявцева, О. В. Циркулярная экономика как инструмент устойчивого развития России / О. В. Кудрявцева, Е. Н. Митенкова, М. А. Солодова. Экономическое возрождение России, 2019. - № 3 (61). – С. 115-124.
7. Официальный сайт интернет-магазина Lamoda [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lamoda.ru/> (дата обращения: 10.09.2022).
8. Симанова, И. М. Применение инновационных материалов из пластмасс / И. М. Симанова, И. И. Лядова. В сборнике: Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвящённой 15-летию Пермского торгово-экономического образовательного комплекса (ассоциации) «Торговое образование», 2018. - С. 343-348.
9. Lamoda Planet подвела итоги года по продаже экотоваров [Электронный ресурс]. URL: <https://platform.plus-one.ru/news/2021/12/09/2941-lamoda-planet-podvela-itogi-goda-po%C2%A0prodazhe-ekotovarov> (дата обращения: 10.09.2022).

Котыляк Юлия Валериевна

старший преподаватель

Донецкого национального университета экономики и торговли

им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ДЕТСКОЙ ПОСУДЫ ИЗ ПЛАСТМАСС КАК ГАРАНТИЯ БЕЗОПАСНОСТИ РЕБЁНКА

Аннотация: в данной статье представлена характеристика ассортимента детской пластмассовой посуды, реализуемой в торговых сетях Донецкой Народной Республики. По полученным результатам экспертных исследований были идентифицированы конкретные образцы детской посуды из пластмасс, показано их соответствие требованиям нормативных документов и подтверждена возможность их реализация на потребительском рынке в сегменте детских товаров.

Ключевые слова: детская посуда, пластмасса идентификация, показатели качества, экспертная оценка.

IDENTIFICATION AND EVALUATION OF THE QUALITY OF

CHILDREN'S PLASTIC TABLEWARE AS A GUARANTEE OF CHILD SAFETY

Abstract: this scientific article presents the characteristics of the assortment of children's plastic tableware sold in retail chains of the Donetsk People's Republic. Based on the results of expert research, specific samples of children's tableware made of plastics were identified, their compliance with the requirements of regulatory documents was shown and the possibility of their implementation in the consumer market in the segment of children's goods was confirmed.

Key words: children's tableware, plastic identification, quality indicators, expert evaluation.

Индустрия детских товаров включает в себя сектор экономики, связанный с производством и сбытом товаров для материнства и детства, и состоит из множества сегментов, каждый из которых является самостоятельным рынком, со своей спецификой. Важной особенностью рынка детских товаров является целевой потребитель – ребёнок.

Основным источником всех необходимых ценных и питательных веществ, что способствуют росту и развитию подрастающего поколения является пища, помещённая в функциональную, яркую, удобную и практичную посуду, которая занимает определённый сегмент рынка детских товаров и является востребованной. С учётом возрастных особенностей ребёнку сначала нужна бутылочка для кормления, после - кружка-поильник, затем уже первая тарелка, кружка и детская ложка. Для производства детской посуды, в т. ч. и для первых лет жизни ребёнка, зачастую используют пищевые полимеризационные пластмассы (полипропилен, полистирол, поликарбонат), обеспечивающие её лёгкость, прочность и целостность при падении, что позволит исключить риск порезов, ранений, а также простоту в обслуживании.

Насыщение рынка детской посудой из пластмасс Донецкой Народной Республики полностью зависит от импортных поставок, т. к. с началом военных действий на Донбассе (с 2014 года – по настоящее время), свою деятельность поочередно приостановили крупные предприятия химической промышленности г. Донецка и республики, тем самым существенно уменьшив ассортимент товаров данной группы. Остро стоит вопрос и о безопасности

использования ввезённой детской посуды из пластмасс, поскольку младенцы и дети дошкольного возраста более восприимчивы к потенциальным неблагоприятным воздействиям, вызываемым химическими веществами, содержащимися в них.

Для проведения экспертных исследований оценки качества были выбраны три образца детской посуды из пластмасс, представленные в розничных сетях «Молоко», «Манна», «Сигма-Ленд» г. Донецка: образец № 1 - тарелка глубокая ТМ «Курносики», производитель ООО «Ивановка», г. Боровск, Калужская обл., Российская Федерация; образец № 2 - тарелочка для первых блюд «Еноты» ТМ «Мир детства», производитель «Нингбо Раффини Импорт энд Экспорт Компании Лимитед», Китай; образец № 3 - тарелка детская глубокая с декором, ТМ «Пластишка» производитель ООО «Бытпласт», г. Москва, Российская Федерация.

Первым этапом оценки качества является изучение упаковки и маркировки, которая содержит необходимую информацию для субъектов товароведения.

Исследуемые образцы № 1 и № 3 представлены в полиэтиленовой потребительской упаковке, образец № 2 – в картонной упаковке – экран. Вся упаковка целая, без видимых дефектов, а маркировка нанесена на упаковку всех исследуемых образцов, на верхнюю этикетку (№ 1, 3) и оборотную сторону картонной упаковки (№ 2).

На исследуемых образцах указано обозначение полимерного материала (полипропилен), о чём свидетельствуют соответствующие информационные знаки непосредственно на дне тарелке. Также присутствуют символы, указывающие, что изделия контактируют с пищевыми продуктами, кроме того нанесены эксплуатационные знаки, которые позволяют использовать изделия не повреждая их. Следует отметить, что только образец № 3 был произведён на основании ГОСТ Р 50962-96 и ТР ТС 007/2011, в образцах № 1 и № 2 информация о нормативном документе отсутствует.

Следующим этапом исследования является органолептическая оценка показателей качества тарелок, визуально определяли внешний вид изделия для его идентификации, путем осмотра выявляли наличие дефектов, учитывали состояние поверхности, которое влияет на блеск изделия и физическое состояние.

Результаты проведенных органолептических исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1

Органолептические показатели образцов посуды детской из пластмасс

Наименование показателя	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
1	2	3	4
Внешний вид	прозрачная, глянцевая поверхность, без острых, режущих кромок, с рельефной ручкой, с художественным изображением	непрозрачная, блестящая, гладкая поверхность, со съемными бортами, без острых, режущих кромок, с художественным изображением	непрозрачная, глянцевая поверхность, без острых, режущих кромок, с двумя ручками, с художественным изображением
Запах	без запаха		
Цвет	салатный	серый/желтый	белый/голубой
Форма изделия	круглая, заниженная с одной стороны	круглая	круглая
Наличие дефектов	не обнаружено	не обнаружено	не обнаружено
Физическое состояние	твёрдый	твёрдый	твёрдый

Внешний вид, запах, цвет, форма, отсутствие дефектов и физическое состояние исследуемых образцов соответствуют требованиям ГОСТ 50962-96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия». По результатам осмотра установлено, что все изделия по функциональному назначению относят к бытовым товарам посудно-хозяйственного назначения, к предметам домашнего обихода, предназначенные для приёма пищи – первых блюд, а именно тарелки глубокие, выполненные методом литья под давлением, о чём свидетельствуют зачищенные следы от

литника на дне изделий. По половозрастному признаку – детские, что подтверждается наличием художественного декора в виде животных.

С целью выявления информационной и количественной фальсификации, путём измерения определяли вместимость – диаметр тарелки. Так, по полученным результатам у образца № 1 диаметр составляет 20 см.; образец № 2 – 14,5 см; образец № 3 – 20 см, что соответствует заявленной информации на маркировке.

При выборе материала для изготовления детской посуды из пластмасс степень жирности, кислотность, консистенция и другие характеристики продукта, при неправильном его использовании выделяют вредные вещества и влияют на здоровье ребёнка.

При определении вида пластмассы использовали «пробы на нагревание и горение» согласно стандартной методике. Следует отметить, что данный метод нужно считать условным, так как образец может содержать добавки, меняющие структуру, цвет и запах полимера при горении и является условным.

Результаты исследования выбранных образцов посуды детской из пластмасс представлены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты проб на горения исследуемых образцов пластмасс

Номер образца	Характер горения пластмассы			Вид остатка после горения	Запах при горении
	при поднесении к пламени	в пламени	при удалении из пламени		
1	2	3	4	5	6
1	загорается быстро	горит синеватым пламенем, с подтеканием полимера, без копоти	продолжает гореть	твёрдый остаток, после остывания мутнеет	сладковатый, запах жжёной резины
2	загорается быстро	горит спокойным синем пламенем, с незначительным подтеканием полимера, без копоти	продолжает гореть	твёрдый остаток прозрачный, после остывания мутнеет	острый, жжёной резины
3	загорается	горит синим	продолжает	твёрдый	горящего

	быстро	пламенем у основания, наблюдается оплавление полимера, без копоти	гореть	остаток, после остывания мутнеет	сургуча
--	--------	--	--------	---	---------

Как показывают данные таблицы 2 все образцы проб пластмасс горят синеватым пламенем, с незначительным подтеканием полимера, копоти не наблюдалось. После горения образуют твёрдый круглый остаток, который после охлаждения мутнеет. При горении имеют острый или сладковатый запах, который напоминает жжёную резину. Полученная информация свидетельствует о характерных особенностях вида полимера – полипропилен, из которого выполнены исследуемые образцы, что подтверждается информацией на маркировке.

Заключительный этап оценки качества детской посуды из пластмасс осуществлялся физико-химическими методами, которыми определяли миграцию красителей, стойкость к горячей воде, химическую стойкость, стойкость посуды к мыльно-щелочным растворам, загрязнениям и гигиенические показатели в водных вытяжках, которые обеспечивают безопасность использования посуды.

Результаты исследования приведены в таблице 3.

Таблица 3

Физико-химические показатели образцов посуды детской из пластмасс

Наименование показателя	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
Стойкость к горячей воде	форма не изменилась	поверхность без видимых изменений	изделие осталось без видимых изменений
Миграция красителей (стойкость красителя к протирацию)	следы красителя не выявлены		
Химическая стойкость	окраска изделия не изменилась, раствор бесцветный, прозрачный, без осадка		
Стойкость к мыльно-щелочным растворам	форма осталась прежней, без деформаций, раствор не окрашен, без осадка		
Стойкость к загрязнениям	поверхность чистая, хорошо отмывается, без видимых и осязаемых изменений на поверхности		

Гигиенические показатели: - запах водной вытяжки; - привкус водной вытяжки; - цвет, прозрачность водной вытяжки	запах водной вытяжки не изменился привкус водной вытяжки не изменился цвет и прозрачность остались без изменений, без помутнений
---	---

По значениям исследуемых показателей можно сказать, что установлена стойкость всех образцов к горячей воде, изделия сохраняют внешний вид и окраску, не деформируются и не растрескиваются. При испытании химической стойкости с использованием 1-го % раствора уксусной кислоты – окраска всех образцов не изменилась, раствор остался бесцветным, прозрачным, без осадка. Испытание стойкости к мыльно-щелочному раствору образцов исследования показало, что изделия не набухают, не деформируются, раствор не окрашивается. Также не выявлены следы красителя. Для определения гигиенических показателей пластмасс, которые могут выделять вредные вещества при контакте с пищевыми продуктами, использовали дегустацию водных вытяжек, в которых запах, привкус, цвет и прозрачность не изменились. Помутнение водной вытяжки также не наблюдалось. При определении стойкости к загрязнению все исследуемые образцы имели чистую поверхность без жира.

Из всего вышеизложенного следует, что образцы № 1, № 2, № 3 по органолептическим, физико-химическим, гигиеническим показателям полностью соответствуют требованиям ГОСТ Р 50962-96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия» и ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и возможны к реализации на рынке Донецкой Народной Республике.

Список литературы:

1. ТР ТС 007/2011. О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков (принят Решением Комиссии Таможенного Союза 23.09.2011 г. № 797), 2011.

2. ГОСТ 50962-96. Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия – Введ. 1997-01-01.

Куделина Анна Михайловна
старший преподаватель
Донецкого национального университета экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

ТОВАРОВЕДНО-ЭКСПЕРТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕТРАДЕЙ УЧЕНИЧЕСКИХ НА СООТВЕТСТВИЕ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Аннотация: в статье проанализирована нормативная база, регламентирующая требования к качеству тетрадей ученических. На основании полученных результатов товароведно-экспертных исследований установлено соответствие конкретных образцов тетрадей ученических производства Российской Федерации требованиям нормативных документов с помощью органолептических и физико-химических методов исследования показателей их качества.

Ключевые слова: тетради ученические, экспертная оценка, показатели качества, требования к качеству, маркировка.

COMMODITY AND EXPERT RESEARCH STUDENT'S NOTEBOOKS FOR COMPLIANCE WITH THE REQUIREMENTS OF REGULATORY DOCUMENTS

Abstract: the article analyzes the regulatory framework that regulates the requirements for the quality of student notebooks. On the basis of the obtained results of commodity-expert studies, the compliance of specific samples of student notebooks produced in the Russian Federation with the requirements of regulatory documents was established using organoleptic and physico-chemical methods for studying their quality indicators.

Key words: student notebooks, expert assessment, quality indicators, quality requirements, marking.

В последнее время на рынке промышленных товаров появилось большое количество разнообразных школьно-письменных товаров, которые производят многочисленные компании разных стран.

Производители этих товаров постоянно расширяют ассортимент, разрабатывают новые конструкции, применяя для этого последние достижения науки и техники, улучшая дизайн, качество и потребительские свойства

школьно-письменных товаров. Учитывая, что в настоящее время в розничную торговую сеть поступают сотни моделей, выпускаемых десятками заводов, потребителю трудно ориентироваться при выборе школьно-письменных товаров. Поэтому товароведно-экспертные исследования в области ассортимента и качества изделий этой группы товаров так остро необходимы на данном этапе развития рыночных отношений.

В ассортимент школьно-письменных товаров входят изделия разного назначения: бумага и картон, изделия из бумаги и картона.

Группа изделий из бумаги и картона достаточно обширна. Она включает белые товары, вырабатываемые в основном из белой бумаги, обычно без печатного текста и иллюстраций – тетради, альбомы, блокноты, записные книжки, почтовые наборы, конверты и прочие.

Рынок школьно-письменных товаров, куда входят изделия из бумаги, а именно тетради ученические, широк и разнообразен, постоянно обновляется, расширяется и видоизменяется (рисунок 1).

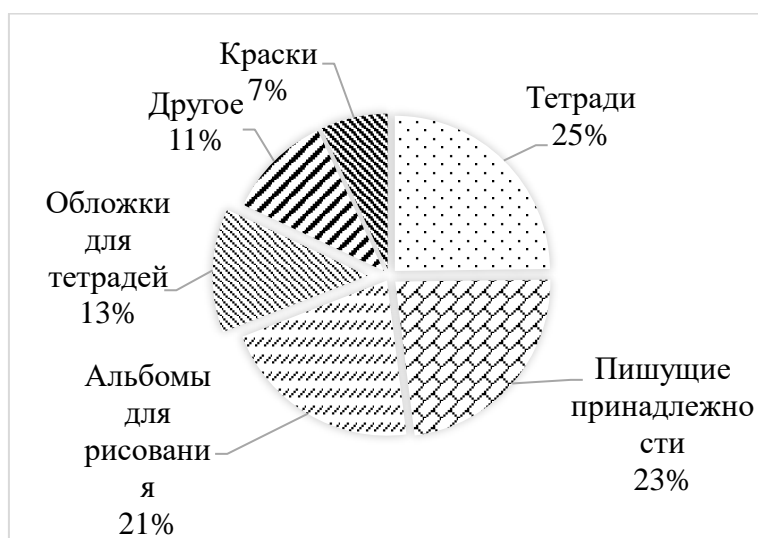


Рисунок 1 - Сегментация школьно-письменных товаров в натуральном выражении, % [1]

В Донецкой Народной Республике формирование рынка школьно-письменных товаров, на данный момент, осуществляется за счёт импорта продукции из Российской Федерации и Республики Беларусь.

Согласно ГОСТ Р 54543-2011 «Тетради ученические. Общие технические условия», школьная ученическая тетрадь – тетрадь, предназначенная для

письма школьниками в период начального образования (первая ступень обучения: 1-4 классы).

В качестве объектов исследования были выбраны пять образцов тетрадей ученических в линию, 12 листов, разных производителей Российской Федерации, а именно:

- образец № 1 - тетрадь школьная, ТМ «Creativiki», производитель ЗАО «ФАРМ», Российская Федерация, г. Москва;

- образец № 2 - тетрадь школьная, ТМ «SchoolФОРМАТ», производитель АО «ФАРМ», Российская Федерация, г. Москва;

- образец № 3 - тетрадь школьная, ТМ «Каменногорская бумажная компания», производитель ООО «Каменногорская бумажная компания», Российская Федерация, г. Каменногорск;

- образец № 4 - тетрадь школьная, ТМ «МАУАК KANZ», производитель ООО «МАЯК КАНЦ», Российская Федерация, г. Пенза;

- образец № 5 - тетрадь школьная, ТМ «Каменногорская бумажная компания», производитель ООО «Каменногорская бумажная компания», Российская Федерация, г. Каменногорск.






Предметом исследования является совокупность свойств и характеристик представленных образцов тетрадей ученических, обуславливающих их пригодность для удовлетворения определённых потребностей в соответствии с наименованием, назначением и требованиями стандарта ГОСТ Р 54543-2011 «Тетради ученические. Общие технические условия».

Данные о выбранных образцах тетрадей ученических представлены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика маркировочных данных исследуемых образцов тетрадей ученических

Показатель	Информация для потребителей				
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
1	2	3	4	5	6
Наименование	Тетрадь школьная	Тетрадь школьная	Тетрадь школьная	Тетрадь школьная	Тетрадь школьная

Торговая марка	«Creativiki»	«School ФОРМАТ»	«Камен- ногорская бумажная компания»	«МАЯК KANZ»	«Камен- ногорская бумажная компания»
Товарный знак предприятия- изготовителя (при наличии)	отсутствует				
Страна- изготовитель продукции	Российская Федерация	Российская Федерация	Российская Федерация	Российская Федерация	Российская Федерация
Количество листов в блоке	12	12	12	12	12
Вид линовки	1	1	1	1	1
Дата изготовления	04.2018	01.2021	не указано	01.2020	07.2019
Обозначение нормативного документа	не указано			ГОСТ 12063- 89	не указано
Штриховой код (при наличии)					
Артикул (при наличии)	ТШЛ12КР- ВП	ТШЛО12-Ш	ТВ512 Z1- 02-1	T5012T2	ТВ512 Z1- 02-1
Указания по утилизации	не указано			утилизируетс я как бумажная и картонная макулатура	не указано
Номер партии	не указано			440007	не указано
Наименование импортера, поставщика (продавца), при его наличии, адрес	ООО «Издатель- ский дом «Профпрес» , 344010, РФ, г. Ростов-на- Дону, ул. Города Волос, д.6, оф. 314.	ООО «Камен- ногорская бумажная компания», РФ, 188950, Ленинградс-кая обл., г. Каменно- горск, Ленинград-ское шоссе, д. 54	ООО «Камен- ногорская бумажная компания», РФ, 188950, Ленинградс кая обл., г. Каменно- горск, Ленинград- ское шоссе, д. 54	ООО «МАЯК КАНЦ», РФ, 44007, г. Пенза, ул. Бумажни-ков, 1	ООО «Камен- ногорская бумажная компания», РФ, 188950, Ленинград-ская обл., г. Каменно- горск, Ленинград-ское шоссе, д. 54
Адрес изготовителя	ЗАО «ФАРМ», РФ, 117545, Г. Москва, 1-й Дорожный пр-д, д. 6	АО «ФАРМ», РФ, 115280, г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 26, этаж 5, ком. 91			

При проведении товароведно-экспертных исследований тетрадей ученических были использованы нижеперечисленные методики.

Идентификация образцов тетрадей ученических осуществлялась по маркировочным данным на соответствие требований ГОСТ Р 54543-2011

«Тетради ученические Общие технические условия», ГОСТ 6658-75 «Изделия из бумаги и картона. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение» и ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» [2, 3, 4].

Органолептическую оценку качества образцов тетрадей ученических на соответствие требованиям ГОСТ Р 54543-2011 «Тетради ученические. Общие технические условия» проводят по показателям внешнего вида, соответствию требованиям п. 1.4, обрез тетрадей, цвет основных и боковых линий, интенсивность линий, качество скрепления блока [2], а также определение просвета проводят путём визуального осмотра в соответствии с ГОСТ Р 54915-2012 «Бумага для ученических тетрадей. Общие технические условия». Сортность бумаги определяют в соответствии ГОСТ 13525.4-68 «Бумага и картон. Методы определения сортности» [5].

При исследовании физико-химических показателей качества тетрадей ученических, внимание уделялось оценке показателей: размер тетради, расстояние от верхнего края тетради до начала скобы, расстояние от нижнего края тетради до начала скобы, расстояние между линиями, ширина верхнего поля, ширина бокового поля, масса бумаги на 1 м², поверхностной впитываемости воды.

По результатам проведённого исследования маркировки тетрадей ученических следует отметить, что маркировочные данные всех образцов содержат полную информацию.

При этом анализ маркировочных данных исследуемых образцов тетрадей ученических, показал, что на образцах № 1, № 2, № 3, № 5 – отсутствует информация о нормативном документе, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован объект исследования. Отсутствует обязательная информация указаний по утилизации, также отсутствует номер партии. Образец № 4 – маркировочные данные содержат всю необходимую информацию для потребителя, а также соответствует требованиям, предъявляемым к маркировке в соответствии с требованиями нормативных документов.

Таким образом, анализ маркировочных данных свидетельствует о том, что маркировка не всех исследуемых образцов соответствует требованиям ГОСТ Р 54543-2011 «Тетради ученические Общие технические условия», ГОСТ 6658-75 «Изделия из бумаги и картона. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение» и ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков».

Результаты проведённого исследования органолептических и физико-химических показателей образцов тетрадией ученических представлены в таблице 2-3.

Таблица 2

Органолептические показатели образцов тетрадией ученических

Наименование показателя	Абсолютные значения показателей образцов				
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№5
1	2	3	4	5	6
Оформление первой страницы обложки тетради	Первая страница обложки тетради оформлена в соответствии с ГОСТ Р 54543-2011 «Тетради ученические. Общие технические условия»				
Художественное оформление обложки	рисунок, текст	алфавит	алфавит, буквенные соединения	алфавит	алфавит, буквенные соединения
Обрез тетради	ровный, чистый				
Углы тетради	прямые	закругленные	закругленные	прямые	закругленные
Просвет листа	равно-мерный				
Цвет основных линий	тёмно-голубой	голубой	светло-голубой	тёмно-голубой	голубой
Цвет боковых линий	красный				
Интенсивность линий	интенсивная, равномерная	интенсивная, равномерная	слабо-интенсивна, неравномерна	очень интенсивная, равномерная	слабо-интенсивная, равномерная
Вид скрепления блока с обложкой	шитье проволокой внакидку				
Качество скрепления блока	прочное, исключает произвольное выпадение листов				
Количество скоб	2				
Наличие видимых внешних дефектов	не установлено				

Художественное оформление образца № 1 содержит информацию, не относящуюся к детской или учебной тематике, на обложке размещена надпись рекламного характера «Великолепная пятёрочка», также текст гимна Российской Федерации. Интенсивность линий образца № 3 неравномерна на страницах, что является браком.

Таким образом, установлено, что по всем органолептическим показателям образцы № 2, № 4 и № 5 соответствуют требованиям.

Таблица 3

Физико-химические показатели образцов тетрадей ученических

Наименование показателя	Нормы в соответствии с ГОСТ Р 54543-2011, ГОСТ Р 54915-2012, ГОСТ Р 54542-2011, ГОСТ ISO 287-2014	Образцы тетрадей				
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
1	2	3	4	5	6	7
Масса бумаги обложки площадью 1 м ² , г	80,0±3,0	82	82	81	80	81
Масса бумаги блока листов площадью 1 м ² , г	не менее (60,0±3,0)	61	62	60	63	60
Сорность бумаги обложки (число соринок на 1 м ²) площадью, мм ² :	от 0,1 до 0,5 включ., не более – 80: св. 0,5 – не допускается:	50	52	55	50	55
		-	-	-	-	-
Сорность бумаги блока листов (число соринок на 1 м ²) площадью, мм ² :	св. 0,1 до 0,5 включ., не более – 80: св. 0,5 – не допускается	73	64	77	60	77
		-	-	-	-	-
Поверхностная впитываемость воды при одностороннем смачивании (Кобб ₆₀) (по каждой из сторон), г/м ² , не более, для белой бумаги:	30	28	28	27	25	27
Размер тетради, мм длина: ширина:	205 175	203	201	204	201	200
		163	165	166	166	161
Расстояние от верхнего края тетради до начала скобы	расстояние от верхнего и нижнего краев тетради до начала скобы – 30-65 мм	40	36	33	43	45
Расстояние от нижнего края тетради до начала скобы		44	46	50	41	36
Расстояние между линиями, мм	8,0±0,1	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
Ширина верхнего поля, мм	13-19	15	17	16	14	17
Ширина бокового поля, мм	17-23	19	21	21	20	22

Проанализировав данные таблицы, можно сделать вывод о том, что исследуемые образцы тетрадей ученических по физико-химическим показателям не превышают допустимые нормы показателей, которые описаны в соответствующих ГОСТ.

Таким образом, образцы тетрадей ученических, реализуемые на потребительском рынке ДНР, в основном соответствуют нормативным требованиям.

Список литературы:

1. Как меняется рынок бумажно-беловой продукции? [Электронный ресурс]. URL: https://kanzoboz.ru/article/kak_menyaetsya_rynok_bumajno_belovoy_produktsii/ (дата обращения: 27.09.2022).

2. ГОСТ Р 54543-2011. Тетради ученические. Общие технические условия [Текст]. – Введ. 2013.01.01. – М. : Стандартиформ, 2013. – 16 с.

3. ГОСТ 6658-75. Изделия из бумаги и картона. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение [Текст]. - Введ. 1997.01.01. - М. : Стандартиформ, 2015. – 11 с.

4. Технический регламент Таможенного союза 007/2011. О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков [Текст]. – Утверждён Решением Комиссии Таможенного Союза от 23 сентября 2011 г. № 797. – 238 с.

5. ГОСТ 13525.4-68. Бумага и картон. Метод определения сорности [Текст]. – Введ. 1970.01.01 – М. : Стандартиформ, 2015. – 4 с.

Панасенко Светлана Викторовна

*доктор экономических наук, профессор
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва*

Мазунина Татьяна Александровна

*кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь*

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация: в статье рассмотрена продовольственная безопасность как важнейшая задача государства в условиях экономических санкций и инновационного импортозамещения. Отмечено, что сохранение планомерности, ритмичности, эффективности функционирования систем товароснабжения по обеспечению продовольственной безопасности становится

приоритетом организаций сферы товарного обращения. Указано, что роль и значение исследований продовольственной безопасности состоит в том, что они позволяют определить специфику, детерминанты и концепцию продовольственной безопасности в условиях изменений глобальной институциональной среды, цифровизации экономики, перспективные направления контуров системы обеспечения продовольственной безопасности, а также направления развития торговых сетей, малого и среднего бизнеса, торговых и логистических маркетплейсов, площадок, экосистем и иных форм коммерческой деятельности в сфере обращения для обеспечения национальной продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, инновационное импортозамещение, технологическое предпринимательство, институциональная среда, товароснабжение, цифровизация экономики.

Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования РФ FSSW-2020-0009 «Разработка методологии управления конкурентоспособностью предприятий в сфере товарного обращения в условиях цифровой экономики».

THE ROLE AND IMPORTANCE OF FOOD SECURITY RESEARCH BASED ON INNOVATIVE IMPORT SUBSTITUTION AND TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP

Abstract: the article considers food security as the most important task of the state at the macro level in the conditions of economic sanctions and innovative import substitution. It is noted that the preservation of the regularity, rhythm, efficiency of the functioning of commodity supply systems to ensure food security is becoming a priority of organizations in the sphere of commodity circulation. It is indicated that the role and importance of food security studies is that they allow us to determine the specifics, determinants and concept of food security in the context of changes in the global institutional environment, digitalization of the economy, promising areas of the contours of the food security system, as well as the development of retail chains, small and medium-sized businesses, retail and logistics marketplaces, sites ecosystems and other forms of commercial activity in the field of circulation to ensure national food security.

Keywords: food security, innovative import substitution, technological entrepreneurship, institutional environment, commodity supply, digitalization of the economy.

The research was carried out within the framework of the state task of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation PHS-2020-0009 «Development of a methodology for managing the competitiveness of enterprises in the field of commodity circulation in the digital economy».

Высокие темпы развития цифровой экономики с одновременными концептуальными изменениями глобальной институциональной среды и векторов внешнеэкономической деятельности определяют острую необходимость формирования комплексной системы импортозамещения в РФ. Обеспечение продовольственной безопасности остаётся важнейшей задачей государства. Сохранение планомерности, ритмичности, эффективности функционирования систем товароснабжения в современных экономических условиях становится приоритетом организаций сферы товарного обращения на микроуровне. Цифровизация практически всех процессов экономики, изменение базиса инструментов и механизмов их обеспечения формируют приоритетность развития технологического предпринимательства. Всё это определяет актуальность исследования механизмов обеспечения продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства.

Научная проблема при этом заключается в недостаточной развитости методологических, концептуальных, стратегических основ обеспечения продовольственной безопасности в части возможностей, обусловленных инновационным импортозамещением и технологическим предпринимательством в сфере товарного обращения. Процессы цифровизации, так или иначе затронувшие практически все экономические процессы, при одновременном изменении глобальной институциональной среды формируют принципиально новые условия для развития импортозамещения и предпринимательской деятельности. Необходим ряд исследований в продолжение к имеющимся разработкам для определения тех механизмов, которые позволят максимально эффективно реализовать потенциал инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства в сфере товарного обращения с целью обеспечения продовольственной безопасности.

Анализ показал, что проблемы продовольственной безопасности не теряют свою остроту и значимость несколько последних десятилетий, однако в

последние годы исследования в этой области были активизированы на фоне санкций и контрсанкций, вызванных изменением политической ситуации, а также началом специальной военной операции. Особый вклад в развитие научного знания о продовольственной безопасности вносят сотрудники РАН и их соавторы, которые рассматривали сущность понятия продовольственная безопасность (среди которых Я. Ш. Паппэ, Н. С. Антоненко, Д. А. Ползиков и др.), оценивали её состояние (М. Ю. Ксенофонтов и др.), разрабатывали методологические аспекты формирования соответствующих концепций (М. Ю. Ксенофонтов, Д. А. Ползиков, Я. С. Мельникова и др.), изучали отдельные сектора экономики в контексте продовольственной безопасности (М. Ю. Ксенофонтов, Д. А. Ползиков, А. В. Урус и др.) [4, 7, 13]. Опыт обеспечения продовольственной безопасности в зарубежных странах исследован не только российскими (М. Ю. Ксенофонтов, Д. А. Ползиков, А. В. Урус и др.), но и зарубежными авторами (Ji S., Lee Y, Saccone D., Vallino E., Tortajada C., Lim N.S., Purnawan E., Brunori G., Prosperi P., Sun Z., Zhang D.) и также необходим при разработке соответствующей методологии для современной российской действительности [4, 7, 13, 16, 17, 18, 19, 20].

В качестве ключевого фактора или способа обеспечения продовольственной безопасности в современных условиях рассматривают импортозамещение (Д. Ю. Васильева, А. А. Шевченко, Н. В. Фалина, О. В. Абашева, С. В. Сулаев, О. П. Макарецова и др.) [1, 2, 8]. Представляется, что требуется дальнейшее развитие подобных исследований с учётом волны санкций и контрсанкций текущего года, ещё больше активизировавших процессы импортозамещения, а также изменений глобальной институциональной среды в целом, которые не были изучены ранее в силу их новизны.

Кроме того, в настоящее время недостаточно проработаны механизмы обеспечения продовольственной безопасности на основе импортозамещения с учётом новейших технологий и инноваций, возникших в условиях цифровизации экономики. Цифровые технологии формируют существенный

потенциал для развития инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства, которые позволят повысить эффективность механизмов обеспечения продовольственной безопасности.

Проблемы цифровой экономики в целом, без учёта возможностей их применения в импортозамещении и предпринимательстве, исследуются А. Н. Козыревым, В. Е. Дементьевым, О. В. Китовой и С. Н. Брускиным и др. [3, 5, 6]. Отдельные аспекты цифровизации сферы товарного обращения рассматривались Л. А. Мясниковой, И. А. Рамазановым, В. П. Чегловым, Е. А. Красильниковой и А. Н. Столяровой, Pantano E., Priporas C. V., Dennis C., Madzimore J., Mafini C., Dhurup M., Gawankar S.A., Khan S., Tariq M. U. и др. [9, 10, 11, 12, 14, 15, 20].

В совокупности отмеченные исследования формируют научно-теоретическую базу для дальнейшей разработки методологии, концепции, стратегий и механизмов обеспечения продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства в сфере товарного обращения с учётом ограничений и возможностей, формируемых трансформацией глобальной институциональной среды и процессами цифровизации. На наш взгляд, роль и значение продолжения исследований продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства состоит в том, что в результате могут быть разработаны или определены:

- специфика и детерминанты продовольственной безопасности в условиях изменений глобальной институциональной среды, цифровизации экономики и перехода к эпохе знаний и интеллекта;

- концепция обеспечения национальной продовольственной безопасности в России на долгосрочную перспективу и её содержательное ядро;

- перспективные направления модернизации стратегического, операционного и тактического контуров системы обеспечения продовольственной безопасности в условиях изменений глобальной

институциональной среды, цифровизации экономики и внедрения технологий, основанных на знаниях;

- стратегические варианты развития и соответствующие им стратегии обеспечения продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства в сфере товарного обращения в условиях изменений глобальной институциональной среды и цифровизации экономики;

- риски, связанные с реализацией стратегических траекторий обеспечения продовольственной безопасности в сфере товарного обращения с учётом действующих векторов как интеграции, так и де-интеграции мирового экономического сообщества под влиянием кризисных явлений в экономике;

- приоритетные механизмы обеспечения национальной продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства в сфере товарного обращения в условиях изменений глобальной институциональной среды и цифровизации экономики;

- направления развития торговых сетей, малого и среднего бизнеса, торговых и логистических маркетплейсов, площадок, экосистем и иных форм коммерческой деятельности в сфере обращения для обеспечения национальной продовольственной безопасности с ориентацией на знания, интеллектуальные технологии и системы.

Всё это в целом позволит обеспечить необходимый уровень продовольственной безопасности, так как масштаб задач, которые направлены на достижение указанной цели, соответствует национальному уровню экономики и носит комплексный характер, позволяющий решить в единой связке управленческие, организационные, инфраструктурные и координационно-регулирующие вопросы по оптимизации уровня продовольственной безопасности в России в сложных условиях экономических санкций и импортозамещения.

Список литературы:

1. Абашева, О. В. Обеспечение импортозамещения в регионе для решения проблемы продовольственной безопасности / О. В. Абашева, С. В. Сулаев // АПК: Экономика, управление, 2019. – № 1. – С. 4-14.
2. Васильева, Д. Ю. Импортозамещение как фактор обеспечения продовольственной безопасности Краснодарского края / Д. Ю. Васильева, А. А. Шевченко, Н. В. Фалина // Эпомен, 2021. – № 55. – С. 16-24.
3. Дементьев, В. Е. Цепочки создания ценности перед вызовами цифровизации и экономического спада / В. Е. Дементьев // Вопросы экономики, 2021. – № 3. – С. 68-83.
4. К оценке текущего состояния продовольственной безопасности РФ / М. Ю. Ксенофонтов, Д. А. Ползиков, Н. В. Небреев, П. В. Ситников // Научные труды РАН, 2017. – Т. 15. – С. 11-29.
5. Китова, О. В. Цифровая трансформация бизнеса / О. В. Китова, С. Н. Брускин // Цифровая экономика, 2018. – № 1 (1). – С. 20-25.
6. Козырев, А. Н. Совместимость стимулов, цифровизация и торговля знаниями / А. Н. Козырев // Цифровая экономика, 2020. – № 1 (9). – С. 5-20.
7. Ксенофонтов, М. Ю. Возможности и ограничения использования опыта ЕС в контексте разработки политики коллективной продовольственной безопасности ЕАЭС / М. Ю. Ксенофонтов, Д. А. Ползиков, А. В. Урус // Научные труды РАН, 2020. – № 18. – С. 296-315.
8. Макарцова, О. П. Импортозамещение как один из способов решения проблемы продовольственной безопасности / О. П. Макарцова // Тарифное регулирование и экспертиза, 2019. – № 1. – С. 22-24.
9. Мазунина, Т. А. Анализ нормативных требований к упаковке // Т. А. Мазунина, С. В. Панасенко. Российский экономический интернет-журнал, 2021. № 2.
10. Мазунина, Т. А. Роль и значение профессиональных стандартов в подготовке специалистов по направлениям «Торговое дело» и «Товароведение» // Т. А. Мазунина, С. В. Панасенко. В сборнике: Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе. Материалы XIV Международной научно-методической конференции, 2022. - С. 97-103.
11. Мясникова, Л. А. Цифровизация логистики в сетевой торговле / Л. А. Мясникова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2020. – № 2 (122). – С. 111-115.
12. Панасенко, С. В. Нормативно-правовое регулирование электронной торговли // В сборнике: Власть, бизнес и общество в цифровой экономике: глобальный и национальный контексты. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Ставрополь, 2022. - С. 46-48.
13. Паппэ, Я. Ш. Продовольственная безопасность России: современный подход / Я. Ш. Паппэ, Н. С. Антоненко, Д. А. Ползиков // Проблемы прогнозирования, 2017. – № 3 (162). – С. 62-74.
14. Панасенко, С. В. Тенденции технологического развития сферы товарного обращения РФ в условиях цифровой экономики / С. В. Панасенко,

И. А. Рамазанов, В. П. Чеглов // Гуманитарный научный вестник, 2020. № 9. - С.89-95.

15. Gawankar, S. A., Gunasekaran, A., Kamble, S. (2020). A study on investments in the big data-driven supply chain, performance measures and organisational performance in Indian retail 4.0 context. *International Journal of Production Research*, 58(5), - P. 1574-1593.

16. Ji S., Lee, Y. Food Security and Agroforestry from the Perspective of the SDGs: A Case Study of the Democratic People's Republic of Korea // *International Forestry Review*, 2022. № 23(4). - P. 437-447.

17. Khan S., Tariq, M. U. (2021). Harnessing Iot Advantages in the Disruptive Era: UAE Retail Industry. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27. - P. 1-13.

18. Madzimure, J., Mafini, C., Dhurup, M. (2020). E-procurement, supplier integration and supply chain performance in small and medium enterprises in South Africa, *South African Journal of Business Management*, 51 (1), 1838. DOI: 10.4102/SAJBM.V51I1.1838

19. Pantano, E., Priporas, C. V., Dennis, C. (2018). A new approach to retailing for successful competition in the new smart scenario, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(3). - P. 264-282. DOI: 10.1108/IJRDM-04-2017-0080

20. Ramazanov, I. A., Panasenko, S. V., Cheglov, V. P., Krasil'nikova, E. A., Nikishin, A. F. Retail transformation under the influence of digitalisation and technology development in the context of globalization, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). - P. 1–21, 49.

Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ГЕЛЕЙ ДЛЯ СТИРКИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Аннотация: целью работы являлась сравнительная оценка потребительских свойств гелей для стирки отечественного и зарубежного производства. В ходе работы было установлено, отечественные гели для стирки не уступают зарубежным аналогам, а по ряду показателей превосходят их. Среди отечественных гелей для стирки следует особо выделить биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic», который получил наивысшую оценку. Также производство отечественных биоразлагаемых гелей в большей степени отвечает требованиям циркулярной экономики.

Ключевые слова: гели для стирки, потребительские свойства, поверхностно-активные вещества, синтетические моющие средства.

COMPARATIVE EVALUATION OF THE CONSUMER PROPERTIES OF WASHING GELS OF DOMESTIC AND FOREIGN PRODUCTION

Abstract: the purpose of the work was a comparative assessment of consumer properties of washing gels of domestic and foreign production. During the work, it was found that domestic laundry gels are not inferior to foreign analogues, and in a number of indicators they are superior to them. Among domestic laundry gels, the biodegradable gel for washing colored laundry «Synergetic» should be highlighted, which received the highest rating. Also, the production of domestic biodegradable gels meets the requirements of the circular economy to a greater extent.

Key words: laundry gels, consumer properties, surfactants, synthetic detergents.

Как известно, одним из наиболее востребованных товаров являются средства для стирки. Данные средства относятся к группе синтетических моющих средств.

На рынке РФ в настоящее время представлено большое количество отечественных и зарубежных средств для стирки в самых различных формах выпуска - порошки, гели, капсулы, таблетки.

Следует отметить, что в последнее время большим спросом у потребителей стали пользоваться гели для стирки, которые обладают рядом преимуществ перед стиральными порошками. Также большое внимание уделяется и выпуску экологически безопасных средств для стирки.

В то же время в условиях сложившейся ситуации в стране есть вероятность, что некоторые зарубежные производители покинут Российский рынок. В связи с этим остро стоит проблема импортозамещения, в том числе и в сфере производства средств для стирки.

Целью работы являлась сравнительная оценка потребительских свойств гелей для стирки отечественного и зарубежного производства.

Для сравнения потребительских свойств было взято 5 образцов.

Образец № 1. Гель-концентрат «Ariel Color». Производитель: компания «Проктер Энд Гэмбл». Страна производства: Франция. Объём: 1300 мл.

Образец № 2. Гель-концентрат «Tide Color». Производитель: компания «Проктер Энд Гэмбл». Страна производства: Италия. Объём: 1240 мл.

Образец № 3. Гель-концентрат «Persil Color». Производитель: ООО «Хенкель Рус». Страна производства: Россия, г. Пермь. Объём: 1,46 л.

Образец № 4. Биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic». Производитель: ООО «Синергетик». Страна производства: Россия, г. Нижний Новгород. Объём: 1,5 л. Данный образец заявлен как эко-продукт.

Образец № 5. Гель-концентрат для стирки «ViMax Color». Производитель: российская компания - АО «Нэфис Косметикс», г. Казань. Масса нетто: 1500 г.

В начале работы проведена оценка маркировки, нанесенной на упаковку товара. Так как, в настоящее время не принят Технический регламент Евразийского экономического союза, устанавливающий требования к безопасности СМС, то маркировку на упаковке гелей оценивали в соответствии с постановлением Правительства РФ от 9 марта 2010 года № 132 по Техническому регламенту республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии» [1]. В результате проведённых исследований было установлено, что маркировка на всех образцах гелей соответствует установленным требованиям.

Также была проведена оценка качества гелей для стирки по следующим показателям: масса нетто или объём образцов, рН раствора, пенообразование.

В результате проведённого исследования было установлено, что качество всех образцов гелей для стирки по проверенным показателям соответствует требованиям ГОСТ 32479-2013 «Средства для стирки. Общие технические условия» [2].

Потребительские свойства исследуемых образцов оценивались экспертной комиссией, в состав которой входило 5 человек из числа сотрудников кафедры товароведения и экспертизы товаров Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, по пятибалльной шкале.

На первом этапе была проведена оценка безопасности гелей для стирки.

Балльную оценку безопасности проводили на основании анализа состава образцов, смываемости средств с белья, отсутствию запаха после стирки, отсутствию сухости и раздражения кожи.

В результате исследования было установлено, что все гели для стирки легко выполаскиваются и не оставляют разводов на тканях, также не оставляют сильного запаха, не вызывают сухости и раздражения кожи.

Наиболее безопасные растительные ПАВ входят в состав только биоразлагаемого геля для стирки цветного белья «Synergetic», поэтому данному образцу экспертами было поставлено 5 баллов за свойство безопасности.

Остальные образцы гелей имеют сходный состав и содержат анионные и неионогенные ПАВ в допустимых количествах, поэтому данным образцам было поставлено 4 балла.

На следующем этапе было проведено сравнение функциональных свойств гелей для стирки. При этом оценивали отстирывающую способность.

Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1

Оценка отстирывающей способности гелей для стирки

Наименование	Баллы при стирке белья при температуре 50 °С	Баллы при стирке белья при температуре 20 °С	Среднее арифметическое
Гель-концентрат «Ariel Color»	5	4	4,5
Гель-концентрат «Tide Color»	4	3	3,5
Гель для стирки «Persil Color»	5	4	4,5
Биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic»	4	3	3,5
Гель-концентрат «BiMax Color»	3	2	2,5

Как видно из таблицы, лучшей отстирывающей способностью обладают гели для стирки «Persil Color» и «Ariel Color».

Далее нами были определены эргономические свойства гелей для стирки. При этом эксперты оценивали удобство открывания и держания упаковки, удобство дозирования геля.

Высший балл по эргономическим показателям получил биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic». Средство находится в прозрачной пластиковой упаковке с удобной ручкой. Также имеется удобный дозатор, который прочно крепится к упаковке.

Все остальные образцы получили по 4 балла. Средствам «Ariel Color» и «Tide Color» баллы были снижены за неудобный мерный стакан, который плохо крепится к упаковке и теряется на предприятиях торговли. Гели «Persil Color» и «ViMax Color» имеют удобные дозаторы, но количество геля в упаковке не видно.

Следующей задачей исследования была оценка эстетических свойств гелей для стирки. При этом оценивались следующие показатели: внешний вид упаковки, внешний вид геля для стирки, запах, информативность маркировки.

Данные по оценке эстетических свойств представлены в таблице 2.

Таблица 2

Балльная оценка эстетических свойств гелей для стирки

Показатели	Гель-концентра т «Ariel Color»	Гель-концентра т «Tide Color»	Гель для стирки «Persil Color»	Биоразлагае мый гель «Synergetic»	Гель-концентра т «ViMax Color»
Внешний вид упаковки	5	5	5	5	5
Внешний вид содержимого	5	4	5	4	5
Запах	4	4	5	5	4
Информативность упаковки	4	3	4	5	3
Среднее значение показателя в баллах	4,5	4,0	4,75	4,75	4,25

Как видно из таблицы всем гелям для стирки были поставлены высокие баллы за эстетические свойства. Все гели упакованы в яркую красочную упаковку и по показателю внешний вид упаковки получили по 5 баллов.

По остальным показателям ряду гелей были снижены баллы за несколько резкий запах, за невзрачный вид содержимого, за мелкий шрифт маркировки.

Наибольшие баллы при оценке эстетических свойств получили гели для

стирки «Persil Color» и «Synergetic».

Следующей задачей исследования была оценка свойства надёжности гелей. При оценке данного свойства учитывали срок годности гелей для стирки, надёжность материала упаковки и надёжность крепления дозатора. Данные по оценке свойства надёжности представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты оценки надёжности гелей для стирки

Образцы	Гель-концентрат «Ariel Color»	Гель-концентрат «Tide Color»	Гель для стирки «Persil Color»	Биоразлагаемый гель «Synergetic»	Гель-концентрат «BiMax Color»
Характеристика	Упаковка выполнена из твердого пластика, мерный стакан плохо крепится к корпусу. Срок годности 18 месяцев	Упаковка выполнена из твердого пластика, мерный стакан плохо крепится к корпусу. Срок годности 18 месяцев	Упаковка выполнена из твердого пластика, дозатор прочно крепится к корпусу. Срок годности 36 месяцев	Упаковка выполнена из твердого пластика, дозатор прочно крепится к корпусу. Срок годности 24 месяца	Упаковка выполнена из твердого пластика, дозатор прочно крепится к корпусу. Срок годности 24 месяца
Баллы	3	3	5	4	4

Как видно из таблицы наивысший балл за свойство надёжности получил образец № 3 - гель для стирки «Persil Color». Наименьший балл был поставлен гелям для стирки «Tide Color» и «Ariel Color».

В заключение работы был рассчитан комплексный показатель качества. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4

Результаты комплексной оценки потребительских свойств гелей для стирки

Показатели	Коэффициент весомости	Средние значения показателей				
		Гель-концентрат «Ariel Color»	Гель-концентрат «Tide Color»	Гель для стирки «Persil Color»	Биоразлагаемый гель «Synergetic»	Гель-концентрат «BiMax Color»
Показатели безопасности	0,3	4	4	4	5	4
Функциональные	0,3	4,5	3,5	4,5	3,5	2,5

свойства						
Эргономические свойства	0,2	4	4	4	5	4
Эстетические свойства	0,1	4,5	4,0	4,75	4,75	4,25
Свойство надежности	0,1	3	3	5	4	4
Комплексный обобщенный показатель качества		4,1	3,75	4,03	4,43	3,38

Как видно из таблицы, наибольший комплексный показатель имеет образец № 4 - биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic», а наименьший образец № 5 - гель-концентрат «ViMax Color».

В заключении следует отметить, что отечественные гели для стирки не уступают гелям зарубежного производства, а по ряду показателей даже превосходят их.

Среди отечественных гелей для стирки следует особо выделить биоразлагаемый гель для стирки цветного белья «Synergetic», который получил наивысшую оценку. Продукция данного отечественного производителя отличается высокими потребительскими свойствами, и пользуется большим спросом у населения [3]. Также производство отечественных биоразлагаемых гелей в большей степени отвечает требованиям циркулярной экономики, а также поможет решить проблемы с отходами потребления [4].

Список литературы:

1. Технический регламент республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии» / Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации, 2022. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902206830> (дата обращения: 20.12.2021).

2. ГОСТ 32478-2013 «Товары бытовой химии. Общие технические требования» / Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации, 2022 [Электронный ресурс]. URL: docs.cntd.ru/document/1200107873 (дата обращения: 20.12.2021).

3. Симанова, И. М. Оценка качества и безопасности средств для мытья посуды. Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения «Тенденции развития

мировой торговли в XXI веке», ПИ (ф) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», 2019. - С. 241-248.

4. Воронина, Э. В. Проблема отходов производства и потребления в Пермском крае и пути ее решения. Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: Современная торговля: теория, практика, инновации. ПИ (ф) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», 2017. - С. 247-252.

Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ОДНОРАЗОВОЙ ПЛАСТМАССОВОЙ ПОСУДЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ООО «УПАКС-ЮНИТИ»

Аннотация: целью работы являлась оценка качества и потребительских свойств одноразовой пластмассовой посуды регионального производителя ООО «Упакс-Юнити». В ходе работы было установлено, что товары регионального производителя по качеству и потребительским свойствам не уступают отечественным и зарубежным аналогам. Также на предприятии ООО «Упакс-Юнити» запущен цех по переработке отходов полиэтилентерефталата в одноразовую посуду, упаковку и крышки.

Ключевые слова: одноразовая пластмассовая посуда, качество, потребительские свойства, полиэтилен.

ASSESSMENT OF THE QUALITY AND CONSUMER PROPERTIES OF DISPOSABLE PLASTIC TABLEWARE OF THE REGIONAL MANUFACTURER LLC «UPAKS-UNITY»

Abstract: the purpose of the work was to assess the quality and consumer properties of disposable plastic tableware of the regional manufacturer Upaks-Unity LLC. In the course of the work, it was found that the goods of the regional manufacturer are not inferior to domestic and foreign analogues in quality and consumer properties. Also, a workshop for processing polyethylene terephthalate waste into disposable tableware, packaging and lids has been launched at the Upax-Unity LLC enterprise.

Key words: disposable plastic tableware, quality, consumer properties, polyethylene.

Как известно в настоящее время пластмассы используют для производства самых различных по назначению товаров. Это строительные

товары, посудо-хозяйственные товары, бытовая техника, игрушки и многое другое. Многие пластмассовые товары контактируют с пищевыми продуктами.

К качеству и безопасности таких изделий предъявляются наиболее высокие требования, которые обеспечиваются жёсткими требованиями к качеству сырья и к технологическому процессу.

Целью работы являлась оценка качества и потребительских свойств одноразовой пластмассовой посуды регионального производителя ООО «Упакс-Юнити».

Предприятие ООО «Упакс-Юнити» является ведущим региональным производителем изделий из пластмасс.

ООО «Упакс-Юнити» выпускает широкий ассортимент одноразовой посуды (стаканов, чашек), одноразовой упаковки и крышек для пищевой продукции из полипропилена и полиэтилентерефталата.

На предприятии внедрена система менеджмента качества (СМК) и система экологического менеджмента. В 2016 году предприятие прошло сертификацию на соответствие системы менеджмента безопасности пищевой продукции требованиям НАССР.

Для оценки качества и потребительских свойств было взято 5 образцов одноразовой пластмассовой посуды.

Образец № 1: Набор кофейных чашек из 10 штук.

Изготовитель: ООО «Упакс-Юнити».

Материал: полипропилен.

Внешний вид: кружки темно-серого цвета с ручкой.

Образец № 2: Набор стаканов белого цвета эконом класса объёмом 200 мл из 6 штук.

Изготовитель: ООО «Упакс-Юнити».

Материал: полипропилен.

Внешний вид: стаканы белого цвета. В верхней части имеется шлифовка для удобства держания.

Образец № 3: Набор стаканов для одноразового использования объёмом 200 мл из 6 штук.

Производитель: ЗАО «Торговый дом Покровский полимер» (г. Москва).

Материал: полистирол.

Внешний вид: стаканы из прозрачной пластмассы. В нижней части имеется шлифовка для удобства держания.

Образец № 4: Набор стаканов для одноразового использования объёмом 200 мл из 12 штук.

Производитель: ООО «ПолиЭр» (г. Ярославль).

Материал: полипропилен.

Внешний вид: стаканы из белой пластмассы с рифленой поверхностью для удобства держания.

Образец № 5: Набор стаканов для одноразового использования объёмом 200 мл из 6 штук

Производитель: ФЛЮ SPA (Италия).

Материал: полистирол.

Внешний вид: стаканы из зелёной пластмассы с пупырышками для удобства держания.

Вначале работы была проведена оценка соответствия маркировки, нанесенной на упаковку товара и на изделие требованиям ГОСТ Р 50962–96. Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия [1]. В результате проведенных исследований было установлено, что маркировка на упаковке и на образцах пластмассовой посуды соответствует требованиям стандарта.

Также была проведена оценка качества одноразовой пластмассовой посуды по следующим показателям: внешний вид, вместимость, стойкость к горячей воде, миграция красителя, химическая стойкость, стойкость к загрязнению, герметичность, запах и привкус водной вытяжки.

В результате проведённого исследования было установлено, что по проверенным показателям качества все образцы одноразовой посуды соответствуют требованиям ГОСТ Р 50962–96.

В дальнейшей работе было важно сравнить потребительские свойства пластмассовой посуды регионального производителя с потребительскими свойствами посуды других производителей.

Потребительские свойства исследуемых образцов оценивались экспертной комиссией по пятибалльной шкале.

Экспертами было проведено сравнение функциональных, эргономических, эстетических свойств, свойства безопасности и свойства надёжности. Данные по оценке потребительских свойств представлены в таблице 1.

Таблица 1

Оценка потребительских свойств пластмассовой посуды в баллах

Наименование потребительских свойств	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4	Образец 5
1. Свойство безопасности	5	5	5	5	5
2. Функциональные свойства	5	5	4	5	5
3. Эргономические свойства	5	4	4	4	4
4. Эстетические свойства	4	4	4	4	5
5. Свойство надёжности	5	4	4	4	3
Итого	24	22	21	22	22

Как видно из таблицы все образцы одноразовой пластмассовой посуды по свойству безопасности получили 5 баллов, так как они соответствуют требованиям ГОСТ Р 50962–96 и все имеют декларации о соответствии.

При оценке функциональных свойств эксперты учитывали выполнение одноразовой посудой основной функции - возможность приёма напитков, а также универсальность использования. По данному показателю всем образцам за исключением образца № 3 было поставлено по 5 баллов, так как они предназначены для приёма как холодных, так и горячих напитков. Образец № 3

предназначен только для холодных напитков и поэтому эксперты поставили ему 4 балла.

При оценке эргономических свойств оценивали удобство формы и удобство держания посуды.

Как видно из таблицы, высший балл получил образец № 1 - чашка кофейная, так как она имеет ручку и является наиболее удобной. Остальным образцам эксперты поставили по 4 балла, так как они имеют сходную конструкцию с рифлёной поверхностью или пупырышками, что облегчает их удерживание.

При оценке эстетических свойств эксперты оценивали информационную выразительность, качество производства и внешний вид декора.

Все образцы стаканов на упаковке имеют полную и легко читаемую информацию, дефектов внешнего вида на посуде не обнаружено.

За эстетические свойства высший балл был поставлен образцу № 5 (производитель ФЛО SPA - Италия), за красивый светло-зелёный цвет декора с пупырышками. Остальным образцам эксперты поставили по 4 балла, так как они имеют невыразительный декор.

При оценке свойства надёжности эксперты оценивали вид пластмассы и толщину стенок.

Высший балл по показателю надёжности был поставлен образцу № 1, так как кружка кофейная выполнена из пленки 1,18 мм и имеет рёбра жёсткости.

Образцам № 2, № 3 и № 4 эксперты оставили по 4 балла, так как они имеют приблизительно одинаковую толщину стенок и выполнены из полипропилена.

Образцу № 5 эксперты поставили 3 балла, так как он выполнен из тонкой плёнки из полистирола, который является более хрупким материалом.

Таким образом, самый высокий балл при оценке потребительских свойств получил образец № 1 - чашка кофейная (производитель ООО «Упакс-Юнити»), а самый низкий – образец № 3 - одноразовый стакан (производитель ЗАО «Торговый дом Покровский полимер»).

В заключение следует отметить, что продукция регионального производителя ООО «Упакс-Юнити» не уступает по качеству продукции других производителей, в том числе и зарубежных, а по ряду показателей даже превосходит их.

Также на предприятии ООО «Упакс-Юнити» запущен цех по переработке отходов полиэтилентерефталата в одноразовую посуду, упаковку и крышки, что решает проблему с отходами производства и потребления в Пермском крае [2].

Следует отметить, что на предприятии также внедрена система экологической безопасности, которая предупреждает вредное воздействие технологий на окружающую природную среду [2].

Список литературы:

1. ГОСТ Р 50962-96 Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия.

2. Воронина, Э. В. Проблема отходов производства и потребления в пермском крае и пути ее решения. Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием): «Современная торговля: теория, практика, инновации». ПИ (ф) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2017. - С. 247-252.

3. Лядова. И. И. Вопросы организации системы экологического менеджмента на нефтеперерабатывающих предприятиях. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции: «Тенденции развития мировой торговли в XXI веке». ПИ (ф) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2021. - С. 390-394.

Табаторович Александр Николаевич

кандидат технических наук, доцент,

Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск

Степанова Елена Николаевна

кандидат технических наук, доцент,

Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск

Бакайтис Валентина Ивановна

доктор технических наук, профессор,

Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГРАДАЦИЙ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Аннотация: в статье представлен анализ градаций качества, установленных стандартами на определённые виды продовольственных товаров. Указаны базовые показатели по определению сортов и категорий товаров. Выявлены проблемы оценки качества продовольственных товаров с учётом имеющихся градаций.

Ключевые слова: градации качества, товарный сорт, категория.

PROBLEMS OF IMPROVING QUALITY GRADATIONS FOOD PRODUCTS

Abstract: the analysis of quality gradations established by standards for certain types of food products is presented in the article. The basic indicators for the definition of grades and categories of goods are indicated. Problems of quality assessment of food products, taking into account the existing gradations have been identified

Keywords: gradations of quality, commercial grade, category

Совершенствование системы критериев, позволяющих дифференцировать качество определённых продовольственных товаров, имеет большое значение в современном товароведении. Чёткость и однозначность терминологического аппарата, словесное описание и цифровые параметры качественных и количественных признаков позволяют осуществить идентификацию и существенно повысить эффективность оценочной товароведной деятельности.

Градация качества в целом определена как «...класс, сорт, категория или разряд, соответствующие различным требованиям к качеству продукции, процессов или систем, имеющих то же самое функциональное применение...» [1].

Оценка уровня качества представляет собой «...совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сравнение их с базовыми значениями соответствующих показателей...» [5].

Принципиальная схема определения уровней качества продукции представлена на рисунке 1.

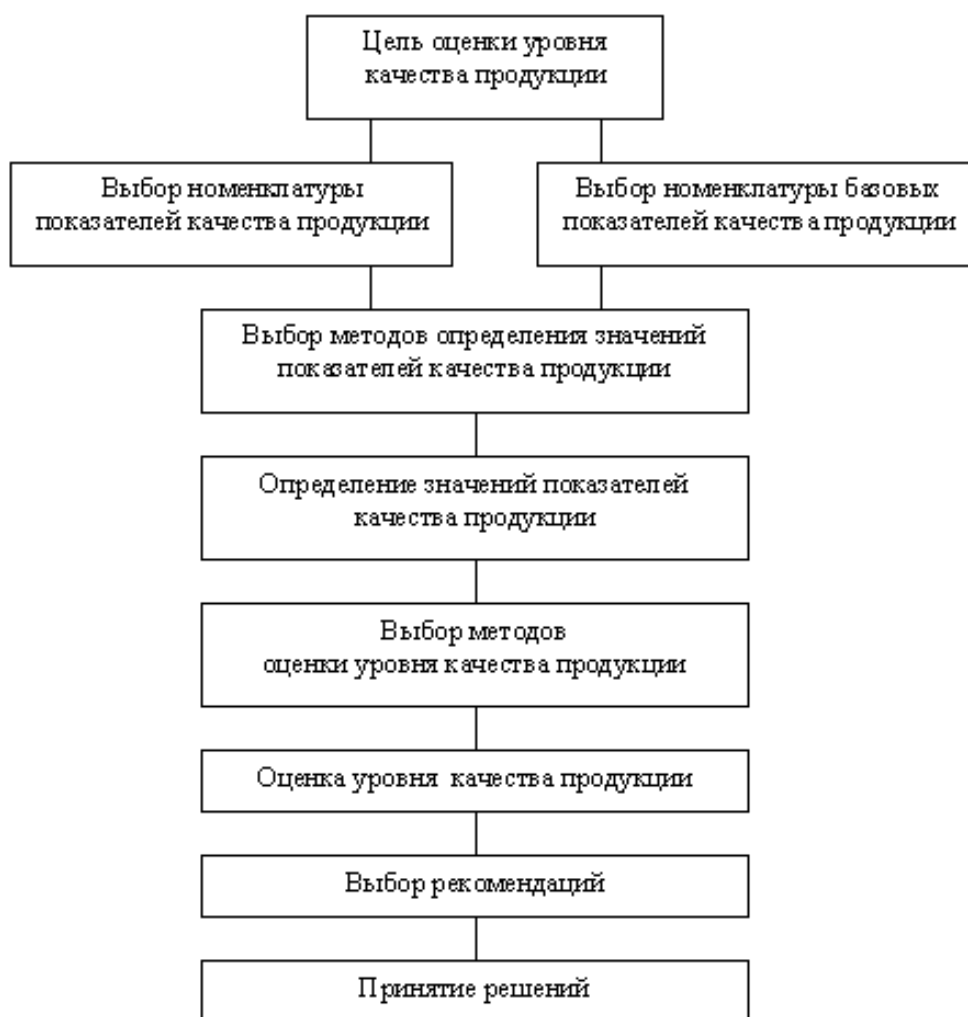


Рисунок 1 - Этапы оценки уровня качества продукции

Наиболее устойчивой, исторически сложившейся классификационной единицей, позволяющей дифференцировать качество продукции (товаров) одного вида, является *товарный сорт*.

Сорт - это: «...градация продукции определённого вида по одному или нескольким показателям качества, установленная нормативной документацией...» [2]. Название товарных сортов продовольственных товаров складывается как из порядковых числительных (первый, второй), так и из определённых атрибутивных прилагательных, связанных с повышенным уровнем качества («экстра») или технологическими приёмами производства (сорта ржаной муки).

Следует подчеркнуть, что именно деление на товарные сорта подразумевало изначально преимущественную градацию по комплексу

показателей, из которых выделялись определяющие (базовые). Так, для колбасных изделий базовым показателем являлся сорт жилованного мяса и его количество в рецептуре. Для сливочного масла определяющим является вкус и запах (при 20-балльной шкале на этот показатель отводится 10 баллов), для свежих яблок - типичность формы и окраски определённого помологического сорта, максимальная доля присутствия яблок более низших сортов в высшем сорте и т. д.

Наиболее полно товарный сортамент отражён в действующих стандартах на свежие фрукты и овощи. На товарные сорта (*высший, первый и второй*) подразделяют свежие фрукты – яблоки, айву, груши, абрикосы, персики и нектарины, сливы, фейхоа, киви, вишню и черешню, смородину чёрную, землянику, хурму, цитрусовые плоды, виноград; свежие овощи – морковь, свеклу столовую, томаты. На товарные сорта (*первый и второй*) подразделяют лук репчатый, дыни и арбузы.

В стандартах на свежую белокочанную капусту, реализуемую в розничной торговой сети (ГОСТ Р 51809-2001), и бананы свежие (ГОСТ Р 51603-2000) в качестве градаций качества выступают *товарные классы*. Каких-либо принципиальных различий между товарными классами и сортами нет, Указанные стандарты продолжают действовать в статусе национальных стандартов РФ, при их принятии имела место тенденция замены сортов на товарные классы.

Сохранены товарные сорта в стандартах на горошек зелёный консервированный (сорта высший, первый и второй по ГОСТ 34112-), муку пшеничную хлебопекарную (сорта «экстра», высший, крупчатка, первый, второй и обойная по ГОСТ 26574-2017), макаронные изделия (сорта высший, первый и второй по ГОСТ 34743-2017). Для определения сорта зелёного горошка учитывается комплекс показателей, а также массовая доля «битых» зёрен и примесей растительного происхождения. В определении сортности муки и макаронных изделий главное значение имеет зольность.

Для более объективного установления сорта в стандартах на сливочное масло (ГОСТ 32261) и сыры полутвёрдые (ГОСТ 32260) применяются соответственно 20-балльная и 100-балльная шкала органолептической оценки. Балльные шкалы включены в приложения к стандартам, с описанием признаков по каждому регламентированному показателю качества в зависимости от выставляемых баллов. Для подтверждения высшего сорта образец сливочного масла должен получить в итоге от 17 до 20 баллов, включая минимальные значения по вкусу и запаху (8 баллов), консистенции (4 балла), цвету (2 балла), упаковке и маркировке (3 балла).

При оценке качества мясной продукции экспертам рекомендуется применять ГОСТ 9959-2015, в котором представлена характеристика показателей по 5- и 9-балльной шкале [3]. Для экспертных оценок и научных исследований также широко применяются ранее разработанные балльные шкалы

В настоящее время отмечается тенденция замены товарных сортов на другие, более узкие градации качества или их полное исключение из нормативных документов. Так, в действующих стандартах отменено сортовое деление чёрного и зелёного байхового чая, жареного молотого кофе, сельдей соленых.

В связи с введением терминов «мясной продукт» и «мясосодержащий продукт» в каждой из указанных групп выделен критерий этого деления, а именно, массовая доля мясных ингредиентов в рецептуре. Более узкая градация устанавливает для мясных и мясосодержащих продуктов *категории (А, Б, В, Г) в зависимости от массовой доли мышечной ткани* в их составе.

Категория мясной продукции это «...систематическая совокупная качественная группировка продукции, объединяющая продукты по содержанию (массовой доле) мышечной ткани и характеризуемая предельными нормами её общего содержания...» [4].

Так для варёных мясных колбасных изделий (ГОСТ 23670-2019) в категорию А попадают изделия, имеющие в составе более 60 % мышечной

ткани (колбасы «Докторская», «Телячья», «Любительская» и др., сосиски «Говяжьи»).

Для мясных колбасных изделий категории Б установлен диапазон значений массовой доли мышечной ткани: свыше 40 до 60 % (колбасы «Русская», «Молочная», «Свиная» и др., сардельки «Свиные», сосиски «Сливочные», «Русские», «Молочные» и др.).

Проблемой градаций качества в виде категорий является то, что изготовитель освобождён от обязательств указывать в маркировке точное значение массовой доли мышечной ткани, а достаточно большой интервал этого показателя позволяет уменьшать рецептурную закладку мясного сырья до минимума, тем самым снижая качество готовых изделий.

Деление на категории также предусмотрено при товароведной оценке яиц куриных пищевых (ГОСТ 31654-2012). В данном случае критерием деления на категории (высшую, отборную, первую, вторую и третью) является только масса 1, 10 и 360 яиц. В отличие от колбасных изделий, для куриных яиц более низкая категория не означает снижения уровня качества.

Имеющиеся градации качества продовольственных товаров систематизированы в таблице 1.

Таблица 1

Градации качества при оценке продовольственных товаров

Градация качества	Продовольственные товары
Товарный сорт	Свежие фрукты и овощи (большинство видов), горошек зеленый консервированный, консервы мясные кусковые «Мясо тушеное», рыба холодного копчения, консервы рыбные «Шпроты в масле», мука пшеничная хлебопекарная, макаронные изделия, крупа гречневая ядрица и др.
Товарный класс	Бананы свежие, капуста белокочанная свежая, реализуемая в розничной торговой сети
Категория	Вареные колбасные изделия, копченые колбасы, мясные полуфабрикаты
Марка	Масло подсолнечное, крупа манная

Таким образом, для оценки качества некоторых видов продовольственных товаров сохранена преемственность в выделении товарных

сортов (сливочное масло, полутвёрдые сыры, консервы «шпроты в масле» и др.). Различия в товарных сортах, в большей степени, обусловлены системой комплексных показателей. В группе мясных товаров в настоящее время упор сделан на категории. Изготовителям следует соблюдать установленные требования по градациям для обеспечения качества и конкурентоспособности своей продукции.

Список литературы:

1. ГОСТ ISO 9000-2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Введ. 2013-01-01. – Москва: Стандартинформ, 2012. – 36 с.
2. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. Введ. 1979-07-01. - Москва: Стандартинформ, 2009. – 21 с.
3. ГОСТ 9959-2015. Мясо и мясные продукты. Общие условия проведения органолептической оценки. – Введ. 2017-01-01. – Москва: Стандартинформ, 2009. – 20 с.
4. ГОСТ 31785-2012. Колбасы полукопчёные. Технические условия. – Введ. 2013-07-01. – Москва: Стандартинформ, 2014. – 26 с.
5. Табаторович, А. Н. Природный и товарный сортамент при установлении качества продовольственных товаров / А. Н. Табаторович, А. Г. Степанова, Е. Н. Степанова // Взаимодействие науки, бизнеса и общества как фактор развития регионов: материалы межрегиональной научно-практической конференции г. Чита, 15 марта 2019 г. – Новосибирск: СибУПК, 2019. – С. 84-90.

СЕКЦИЯ VI. ТЕХНОЛОГИИ, ИННОВАЦИИ, БЕЗОПАСНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Гайсина Айгуль Фидаилевна
магистрант

*Казанского национального исследовательского технологического
университета, г. Казань*

Гумеров Тимофей Юрьевич
кандидат химических наук, доцент

*Казанского национального исследовательского технологического
университета, г. Казань*

ДЕГУСТАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ КОФЕ-НАПИТКОВ ИЗ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

Аннотация: в статье проанализированы результаты дегустационной оценки кофе эспрессо, капучино, макиато, латте и флэт-уайт, приготовленных в автоматах. Дана положительная оценка органолептических показателей горячих напитков, установлен положительный эффект в экономии времени и средств.

Ключевые слова: кофе-напитки, дегустация, органолептический анализ, торговые автоматы.

TASTING ANALYSIS OF COFFEE DRINKS FROM VENDING MACHINES

Abstract: the article analyzes the results of a tasting assessment of espresso, cappuccino, macchiato, latte and flat white coffee prepared in vending machines. A positive assessment of the organoleptic indicators of hot drinks is given, a positive effect in saving time and money is established.

Key words: coffee drinks, tasting, organoleptic analysis, vending machines.

В работе проведён дегустационный анализ кофе-напитков из торговых автоматов, расположенных в наиболее удобных для потребителей местах г. Казани. В качестве образцов выбраны самые распространённые напитки: эспрессо, капучино, макиато, латте и флэт-уайт. Обозначение и характеристика образцов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Обозначение и характеристика кафе-напитков

Обозначение	Название	Характеристика
Образец 1	эспрессо	Небольшое количество концентрированного кофе (30-40 мл), приготовленного в кофемашине путём прохождения через фильтр с молотым кофе горячей воды под давлением
Образец 2	капучино	Кофе эспрессо с добавлением подогретого вспененного молока
Образец 3	макиато	Кофе эспрессо с минимальным количеством взбитого молока
Образец 4	латте	Трёхслойный напиток из кофе эспрессо, молока и пены
Образец 5	флэт-уайт	Двойная порция эспрессо с добавлением молока

Торговые автоматы представлены для потребителей двумя системами: Cool space - это точка самообслуживания в виде одной машины или нескольких, которая позволяет продавать безалкогольные напитки в розлив; Cool aqua plus - это аппарат для приготовления газированных, прохладительных напитков из сиропов, а также просто охлаждённой воды и воды комнатной

температуры. Аппарат rhea Cool Aqua Plus сам смешивает, охлаждает и газировывает напитки [1, 2].

Оборудование торговых аппаратов отличается между собой по функциональным возможностям. Но это не влияет на насыщенность вкуса кофе из автомата. Виды кофе, которые готовятся в оборудовании, требуют постоянного наличия таких основных ингредиентов: натуральный кофе – зёрна премиум-класса, сахар, молоко, сливки, сироп (насыщает напиток неповторимыми авторскими нотками, улучшая вкусовые качества).

Кроме натуральных зёрен в торговых автоматах применяются кофейные капсулы. В них содержится прошедший помол и обжарку кофе, что придаёт напиткам сбалансированный вкус и аромат [3].

Калорийность кофе-напитков из торговых автоматов (в зависимости от рецептуры) имеют следующие значения: эспрессо - 7,8; капучино - 46,4; капучино – 38,7; макиато – 37,2; латте – 77,4; флэт-уайт – 31,4 ккал/100 мл.

Кофейные аппараты комплектуются стаканчиками, деревянными палочками, сахаром в стиках, сиропом и крышками [4].

Кофейные автоматы привлекают потребителей расширенным меню за счёт добавления в кофе вкусовых добавок. Наибольшей популярностью пользуются такие типы кофе с добавками из автоматов как:

- *коретто* (эспрессо + ликер или крепкий алкогольный напиток), калорийностью 26-47 ккал/100 г;

- *фредо* (эспрессо + молоко + карамельный, ореховый или шоколадный сироп + ледовая крошка), калорийность без сахара 83-85 ккал/100 г;

- *амаретто* (кофе + сливки + миндальный порошок или сироп), калорийность 180-205 ккал/100 г;

- *романно* (эспрессо + лимонный сок или цитрусовый сироп), калорийность 22-36 ккал/100 г [5].

Дегустационный анализ кофе-напитков, представленных в таблице 1 проводился по ГОСТ 34115-2017, ГОСТ 34116-2017, ГОСТ ISO 6668-2015, ГОСТ 32775-2014 и методике Вытовтова А. А. В эксперименте принимало

участие пять специалистов, которые оценивали вкусовые особенности кофе-напитков согласно обучению по ГОСТ ISO 5496-2014 (запахи пищевых продуктов); ГОСТ ISO 3972-2014 (вкусовая чувствительность); ГОСТ ISO 11037-2013 (цвет пищевых продуктов); ГОСТ 8756.1-2017 (массовая доля составных частей); ГОСТ Р 54607.3-2014 (изготовление продукции общественного питания); ГОСТ ISO 4121-2016 (применение шкал количественных характеристик). Полученные данные сведены в таблицу 2.

Таблица 2

Данные органолептического анализа

Образцы	Органолептическая оценка, баллы				
	цвет	аромат	вкус	внешний вид	итого
Образец-1	4,9	5,0	5,0	4,9	4,95
Образец-2	5,0	4,9	5,0	4,9	4,95
Образец-3	4,7	4,8	4,9	5,0	4,85
Образец-4	5,0	5,0	5,0	4,9	4,98
Образец-5	5,0	5,0	4,9	4,9	4,95

Далее, была проведена оценка согласованности мнений экспертов. Результаты ранжирования приведены в таблице 3. За меру согласованности мнений экспертов принимается коэффициент конкордации Q [6]. При $Q = 0$, согласованность отсутствует, а при $Q = 1$ наблюдается полное единодушие.

Таблица 3

Результаты обработки экспертных оценок

Образцы	Оценка экспертов					Σ рангов	Отклонение	Квадрат отклонений
	1	2	3	4	5			
Образец-1	4	6	4	4	3	21	-3,6	12,96
Образец-2	3	3	2	3	4	15	-9,6	92,16
Образец-3	6	5	6	5	6	28	3,4	11,56
Образец-4	5	4	5	6	5	25	0,4	0,16
Образец-5	7	7	7	7	6	34	9,4	88,36
Коэффициент конкордации Q								0,83

Коэффициент конкордации Q составил 0,83, что свидетельствует о высокой согласованности оценок экспертов.

Проведенный в данной работе эксперимент показал, что все образцы кофе отвечают требованиям ГОСТ 32775-2014, однако лучшим по органолептическим показателям выделен образец 4, а с чуть меньшими значениями показателей – образец 3 [6].

Таким образом, проведя дегустационную оценку горячих кофе-напитков из торговых автоматов, можно сделать вывод об их высоком качестве.

Список литературы:

1. Экспертиза качества кофе натурального жареного и натурального растворимого. Методическое руководство. МВШ. МР-005-2001 / Автор-составитель Л. Г. Елизарова, - М. : Автономная некоммерческая организация «Московская высшая школа экспертизы», 2001. (Библиотека эксперта).

2. Русинова, Я. С. Вендинговое оборудование как элемент автоматизации торгово-технологических процессов в торговле / Я. С. Русинова, Л. Н. Старикова // Современные тенденции развития бизнеса в сфере потребительского рынка: Материалы I Краевой научно-практической конференции студентов и учащихся (Пермь, 10 июня 2020 г.). / Под ред. Е. В. Гордеевой. - Пермь, 2020. – С 172-177.

3. Muravyova, E. V. Reducing environmental risks in the operation of hydraulic structures using optical-electronic monitoring tools / E. V. Muravyova, D. Sh. Sibgatulina, A. A. Chabanov. - Text: direct // Quality and life. - 2016. - № 3 (11). - P. 76–79.

4. Саранина, А. А. Современные тенденции на рынке кофе / А. А. Саранина, Э. В. Воронина // Современные тенденции развития бизнеса в сфере потребительского рынка: Материалы I Краевой научно-практической конференции студентов и учащихся (Пермь, 10 июня 2020 г.). / Под ред. Е. В. Гордеевой. - Пермь, 2020. – С. 182-187/

5. Mingaleeva, Z. Sh. Determination of the optimal concentration of antioxidant additives in the production of flour confectionery products in deep fat / Z. Sh. Mingaleeva, L. I. Agzamova, O. V. Starovoitova. - Text: direct // Natural and technical sciences, 2015. - № 5 (83). - P. 171–177.

6. Вытовтов, А. А. Теоретические и практические основы органолептического анализа продуктов питания: учебное пособие / А. А. Вытовтов. - СПб. : ГИОРД, 2010. – 232 с.

Гатауллин Равиль Сафуанович

магистрант

*Казанского национального исследовательского технологического
университета, г. Казань*

Гумеров Тимофей Юрьевич

кандидат химических наук, доцент

*Казанского национального исследовательского технологического
университета, г. Казань*

ЗНАЧЕНИЕ ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ

Аннотация: в статье рассмотрена роль лечебного питания как одного из основных мероприятий профилактики профессиональных заболеваний.

Ключевые слова: рациональное питание, факторы труда, производственная вредность, профилактика заболеваний.

THE SIGNIFICANCE OF THERAPEUTIC NUTRITION

Abstract: the article considers the role of therapeutic nutrition as one of the main measures for the prevention of occupational diseases.

Key words: rational nutrition, labor factors, occupational hazard, disease prevention

На сегодняшний день проблема лечебно-профилактического питания и профилактика профессиональных заболеваний работников различных производств является весьма актуальной во всём мире. Основными производственными факторами риска для здоровья рабочих являются: ядохимикаты, пыль и высокая температура [1].

При работе с опасными химическими веществами (C_8H_{10} , C_7H_8 , P, Pb, As) рекомендуется витамин С ($C_6H_8O_6$), так как он обладает детоксикационными свойствами. К подобным продуктам можно отнести цветную и брюссельскую капусту, петрушку, укроп, ягоды шиповника, болгарский перец, смородину чёрную и другие продукты растительной природы.

Чтобы уменьшить риск отравления хлорпроизводными углеводородов ртути и свинца, необходимо употреблять достаточное количество продуктов богатых витаминами группы В. К таким продуктам можно отнести фасоль, гречневую крупу, горошек зелёный, хлеб из цельнозерновой и ржаной муки,

муки II сорта. Витамин D эффективен для профилактики заболеваний, связанных с переработкой кадмия.

Существенным профилактическим эффектом обладают пектиновые вещества, которые считаются природными полимерными соединениями, выводящими тяжёлые металлы из организма человека. Галактуроновой кислотой, которая входит в состав пектинов, богаты ягоды, фрукты и овощи. Пектин необходимо употреблять не менее 2 гр. в сутки. Натуральные фруктовые или овощные соки с мякотью выдают не менее чем 0,3 литра на человека [2].

Лечебное питание для работников масштабных предприятий приводит к ускорению метаболизма ядов и улучшает их выведение, а также способствует медленному их всасыванию в ЖКТ человека.

Если сотрудник находится в постоянном взаимодействии с цветными металлами, то ему полагаются кисло-молочные и специальные диетические продукты, установленные законодательством для сотрудников вредной работы [3].

Руководство должно позаботиться о том, чтобы выдать работнику пищу следующим образом: на протяжении дня кисломолочные продукты, а перед сменой - пектинсодержащая еда.

Сотрудник при определённых условиях может обратиться к руководству для того, чтобы заменить лечебно-профилактическое питание на денежную компенсацию. Для этого потребуются следующее:

- заявление в письменном виде от рабочего с согласием получения компенсации в денежном эквиваленте;

- наличие возможности заменить продукты деньгами, о чём говорится в трудовом договоре.

Выплачивают средства согласно установленному порядку, который утверждён Приказом Минтруда России от 12.05.2022 № 291н. Однако, если работа трудящегося оценивается как особо вредная, то ему нельзя подавать заявление на денежную компенсацию [4].

При особо вредном производстве в обязательном порядке выдаются продукты питания. Такими категориями людей можно считать тех, которые связаны с агрессивными химикатами.

Чтобы работнику предоставили лечебно-профилактическое питание, следует соблюдать определённые условия, о чём прописано в трудовом договоре.

Данный вид питания выдают независимо от вида экономической деятельности, организационно-правовой формы и формы собственности предприятия. Питание выдаётся сотрудникам в соответствии с утверждёнными Минтрудом России рационами. Лечебно-профилактическое питание и состав продуктов соответствующих рационов определяются в период профессионального заболевания таких работников с временной утратой трудоспособности без госпитализации, а также в дни фактического выполнения работы в производствах, профессиях и должностях, при условии занятости на такой работе не менее половины рабочей смены [5].

Как правило, лечебно-профилактическое питание не выдаётся в нерабочие дни; в дни отпуска, кроме отпусков по беременности и родам, а также по уходу за ребёнком в возрасте до 1,5 лет; в дни командировок, обучения с отрывом от производства; в дни выполнения работ, связанных с исполнением общественных (государственных) поручений и на участках, где бесплатная выдача лечебно-профилактического питания не установлена; в дни пребывания на лечении в медицинском учреждении, в том числе санаторного типа и в период временной нетрудоспособности при заболеваниях общего характера.

Выдачу сотрудникам лечебно-профилактического питания работодатель должен организовать перед началом работы в виде горячих завтраков или специализированных вахтовых рационов (для труднодоступных регионов при отсутствии столовых). При невозможности выдачи профилактического питания перед началом работы допускается его выдача в обеденный перерыв (п. 7 Норм и условий).

Работникам, занятым в производствах, профессиях и должностях, указанных в подразделах 1, 2, 3 раздела VIII и в подразделах 6, 7 раздела IX Перечня, выдаются бесплатно только витаминные препараты в составе продуктов для лечебно-профилактического питания при вредных условиях труда. Молоко или другие равноценные пищевые продукты работникам, получающим лечебно-профилактическое питание, не выдаются [6].

Выплата денежной компенсации за лечебно-профилактическое питание, не полученное вовремя, не предусмотрена. Исключением являются случаи, когда сотрудники не получили питание по вине работодателя. В таких ситуациях работодатель должен возместить сотрудникам стоимость лечебно-профилактического питания.

Риски профессиональных заболеваний зачастую связаны с недостаточным добавлением рыбы, фруктов и растительных масел в пищевые рационы, особенно для работников во вредных производственных условиях, Алтайского края. Неконтролируемое употребление кондитерских, хлебобулочных и картофельных изделий приводит к неблагоприятному изменению соотношений [Ca и P], [Fe, Mg и I], вызывая их дефицит и изменение гигиенических нормативов питания [7].

В странах БРИКС для снижения риска развития профзаболеваний, для работников «неблагоприятных» производственных условия предусмотрена компенсация от несчастных случаев в виде профилактического питания. Данная услуга входит в манипуляцию по уменьшению налогообложения. Для нашей страны обязательство по страховым взносам не зависит от особенностей питания в условиях производственных воздействия на здоровье рабочих.

На основании анализа факторов, обуславливающих возникновение профессиональных заболеваний, вызванных особо вредными условиями труда на различных предприятиях (заводы цветной и чёрной металлургии, химическая промышленность, горно-обогатительные комбинаты), функциональное и правильно подобранное питание во многом влияет на состояние здоровья работающих.

Список литературы:

1. Баловнева, К. Е. Современное состояние рынка хлебобулочных изделий в Пермском крае / К. Е. Баловнева, Э. В. Воронина // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (06-13 декабря 2021 г.) / Под ред. Т. А. Мазуниной. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. – С. 220-225.
2. Берхеева, З. М. Современная медико-социальная экспертиза и реабилитация при профессиональных заболеваниях / З. М. Берхеева, Н. В. Линьков, О. А. Иштерякова [и др.] // Казанский медицинский журнал, 2003. – Т. 84. – № 3. – С. 221-224.
3. Бондарь, А. И. Повышение работоспособности сотрудников за счёт организации безопасных условий труда / А. И. Бондарь, Р. В. Брюшков // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (06-13 декабря 2021 г.) / Под ред. Т. А. Мазуниной. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. - С. 193-197.
4. Чубаков, Т. А. Питание на производстве как часть мероприятий по улучшению условий труда / Т. А. Чубаков // Охрана и экономика труда, 2014. – № 1 (14). – С. 84-89.
5. Ковалева, А. И. Эргономика как средство повышения производительности труда / А. И. Ковалёва, Г. Т. Согомонян // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (06-13 декабря 2021 г.) / Под ред. Т. А. Мазуниной. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2021. - С. 179-183.
6. Рубашанова, Е. А. Лечебно-профилактический напиток с пектином и витаминами для работающих во вредных условиях труда / Е. А. Рубашанова, В. И. Бакайтис, М. К. Алимарданова, В. М. Позняковский // Индустрия питания, 2018. – Т. 3. – № 4. – С. 45-51. – DOI 10.29141/2500-1922-2018-3-4-5.
7. Соколова, Г. Н. Применение пищевых волокон в лечебно-профилактическом питании для предупреждения развития профессиональных заболеваний / Г. Н. Соколова, К. К. Самкова, С. Л. Пушенко // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения, 2020. – № 2 (51). - С. 82-85.

Калмыков Кирилл Борисович

преподаватель

Ивановского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Иваново

Кудачков Дмитрий Сергеевич

студент

Ивановского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Иваново

БЕЗОПАСНОСТЬ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы безопасности и гигиены пищевых продуктов. Поднимаются проблемы продовольственных кризисов последних лет и анализируются пути их решения.

Ключевые слова: продукты, качество, безопасность.

SAFETY AND QUALITY CONTROL OF FOOD PRODUCTS OF PUBLIC CATERING

Abstract: the article discusses the issues of food safety and hygiene. The problems of food crises of recent years are raised and the ways of their solution are analyzed.

Key words: products, quality, safety.

Безопасность и гигиена пищевых продуктов всегда является очень интересным и своевременным вопросом, поскольку он напрямую влияет на общественное здравоохранение и демонстрирует культурный уровень каждого государства, особенно после постоянных кризисов в пищевой цепочке [3]. В последние годы продовольственные кризисы были зафиксированы как на местном, так и на международном уровне в отношении безопасности питания в больницах, что оказало значительное влияние на доверие пациентов [4]. Осведомленность общественности привела к полному пересмотру подхода к обеспечению продовольственной безопасности от начальной стадии производства до конечного потребления.

Важность безопасности и гигиены пищевых продуктов ещё более важна для общественного питания в больницах, и это в основном потому, что в условиях больницы предлагаемые пациентам блюда являются частью общего ухода за их выздоровлением. Таким образом, пища становится основным

фактором, который, по крайней мере с точки зрения безопасности, может ухудшить здоровье пациентов (которые в основном чувствительны к госпитальным или другим инфекциям и требуют специальных диет: энтеральных, парентеральных и т. д.) и должен контролироваться как по материальным, так и по юридическим причинам [5]. Конечно, безопасность пищевых продуктов необходима не только для пациентов, но и для всех людей, обслуживаемых в медицинских учреждениях, включая персонал и посетителей.

Случаи заболеваний пищевого происхождения в больницах могут привести к серьёзным заболеваниям, лечение которых является дорогостоящим и существует вероятность распространения на других пациентов [2].

Многих случаев пищевого отравления можно было бы избежать, если бы соблюдались соответствующие стандарты безопасности пищевых продуктов и гигиены. Однако следует отметить, что применение принципов в медицинских учреждениях имеет специфические особенности, поскольку службы больничного питания имеют существенные различия по отношению к другим секторам общественного питания [2]. В частности, многодисциплинарный вовлеченный персонал затрудняет соответствующую подготовку [1]. Кроме того, количество специализированных рецептов и способов их приготовления очень велико. С другой стороны, пациенты отличаются от населения в целом с точки зрения своих потребностей и устойчивости к любой пище более низкого качества из-за их слабой иммунной системы.

Риски, которые могут возникнуть, могут быть больше, поскольку поставки охватывают почти весь спектр продовольственного рынка, поскольку блюда варьируются в зависимости от требований к кормлению, а конечный продукт не так стандартизирован как в пищевой промышленности. Кроме того, услуги общественного питания гармонируют с остальными услугами больницы, поскольку это не является самостоятельной деятельностью организации. Персонал служб общественного питания больниц не всегда квалифицирован, тем более что больницы не могут позволить себе расходы на лабораторное оборудование и контроль качества. Ключевая роль в сокращении или даже

устранении проблем, связанных с пищевыми продуктами, должна принадлежать профилактике, поскольку проверки, проводимые различными государственными учреждениями, такими как Роспотребнадзор, просто выявляют проблему, но не могут её решить.

Рассмотрим как эта проблема решается в стенах Технологического института Афин [5].

В проекте Estiasis приняли участие 38 учёных различных специальностей. Первый этап программы был сосредоточен на проектировании и разработке программ вмешательства для управления безопасностью пищевых продуктов. Пятнадцать медицинских центров были отобраны по всей Греции и исследованы на предмет уровня выполнения требований стандартов гигиены пищевых продуктов. Процесс включал диагностические исследования и составление карт существующих практик, проведение последовательных тестов в производственных помещениях и оборудовании, последовательные микробиологические и химические анализы пищевых материалов, готовых блюд и поверхностей для определения риска и установления критических контрольных точек (КПК) и, наконец, создание отчётов о корректирующих действиях для каждой медицинской единицы.

Следующим шагом стало создание оригинального информационного материала для сотрудников медицинских подразделений по эффективному соблюдению гигиены и безопасности пищевых продуктов и требований законодательства. В этом направлении в каждом медицинском учреждении был проведён 10-часовой семинар для повышения осведомлённости сотрудников. Наконец, такие игры, как кроссворды, викторины, головоломки, а также интерактивные игры в электронной форме, были разработаны для того, чтобы привлечь внимание детей к важности здорового и безопасного питания. Все эти материалы были направлены в медицинские учреждения по всей стране.

С самого начала проекта Estiasis, основанного как на научном опыте исследовательской группы, так и на обзоре литературы [5], показал, что осведомлённость, обучение и практика работников общественного питания

являются ключевыми элементами успеха системы безопасности пищевых продуктов для предприятий общественного питания.

Первые доказательства этого появились уже с результатами микробиологического тестирования поверхностей до и после диагностических исследований для каждого медицинского учреждения. Результаты первоначального тестирования были разочаровывающими, а в последующих исследованиях особое внимание уделялось способам улучшения очистки поверхностей. Реакция последовала незамедлительно, и новый отбор проб после инструктажа сотрудников о первоначальных результатах, а также о путях улучшения показал значительное снижение значений микробиологического индекса, которые в некоторых случаях достигали 99,97 %.

Это первое достижение на пути к повышению безопасности пищевых продуктов было обнадеживающим, и был сделан второй шаг к повышению осведомлённости работников, занимающихся обработкой пищевых продуктов, с проведением обучающих семинаров по гигиене и безопасности пищевых продуктов с акцентом на важность личной гигиены и передовой практики. Для того чтобы продемонстрировать важность соблюдения гигиены работниками, были взяты образцы продуктов питания до и после обучающих семинаров. И снова результаты были впечатляющими. Снижение значений микробиологических индексов было значительным, особенно в обработанных пищевых продуктах, где влияние надлежащей практики работников имеет решающее значение.

Какие можно сделать выводы. Очевидно, что лучшая организация процесса общественного питания приводит к снижению расходов, а значит, и к постоянному совершенствованию. Было достигнуто более эффективное использование ресурсов. Простой способ обнаружения проблем помогает в их эффективном разрешении ещё до того, как они станут видимыми. Удовлетворённость пациентов является важным фактором улучшения условий лечения. Наконец, улучшение условий труда для персонала приводит к увеличению загрузки производственных мощностей.

Список литературы:

1. Воронина, Э. В. Материалы Межвузовской научно-практической конференции студентов / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». Пермь: Изд-во «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова». Пермь, 2017. – 106 с.
2. Гордеева, Е. В. Материалы II Международной научно-практической конференции / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». Пермь: Изд-во «МиГ». Пермь, 2017. – 116 с.
3. Калмыков, К. Б. Профессиональная компетентность и трудовая мобильность как показатели экономической культуры работающей молодёжи // Экология и экономика: проблемы и поиски путей устойчивого регионального развития. Сборник статей по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. Иваново, 2022. - С. 51-55.
4. Калмыков, К. Б. Опыт дистанционного преподавания физической культуры в условиях карантина (на примере ИФ РЭУ) // К. Б. Калмыков, У. К. Мутаев, Ю. Н. Щемеров. Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы. Сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, 2020. - С. 13-16.
5. Цакнис, Дж., Тимпис. Гигиена и безопасность пищевых продуктов при организации питания в больницах. Путеводитель по осведомленности из Афины. Греция, 2014.

Калмыков Кирилл Борисович

преподаватель

Ивановского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Иваново

Тихая Елизавета Сергеевна

студентка

Ивановского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Иваново

ОСНОВНЫЕ ОПАСНОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВЛИЯНИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация: темой исследуемого вопроса является безопасность общественного питания. В работе рассматриваются некоторые из отрицательных факторов, влияющих на безопасность потребителя, возможности государственного воздействия в сфере общественного питания. В

качестве методов исследования использовались: анализ литературы, обобщение и систематизация полученной информации.

Ключевые слова: общественное питание, безопасность, продукция, персонал.

THE MAIN DANGERS AND OPPORTUNITIES OF STATE INFLUENCE IN THE FIELD OF PUBLIC CATERING

Annotation: the topic of the issue under study is the safety of public catering. The paper examines some of the negative factors affecting consumer safety, the possibility of state influence in the field of public catering. The following research methods were used: literature analysis, generalization and systematization of the information received.

Key words: catering, safety, products, personnel.

У каждого человека есть базовые потребности, одной из таких потребностей является питание. С питанием напрямую связаны все жизненно важные функции организма, физическое и психическое здоровье [2, 6]. В современном мире нет необходимости охотиться для добычи еды, и даже готовка теперь не обязательна, можно просто заказать доставку готовой продукции из ближайшего кафе или ресторана. Именно из-за возросшего спроса на уже готовые блюда сильный толчок в развитии получили предприятия общественного питания. К сожалению, мы не всегда можем знать, что происходит с едой до попадания на наш стол, нередки случаи, когда качество товара может вызывать сомнения. Кратко рассмотрим вопрос безопасности в сфере общественного питания.

Общественное питание - это одна из отраслей экономики государства, в которой производится и реализуется продукция в виде готовых блюд, а также организуется её потребление. Ядро отрасли составляют предприятия разных направлений. Некоторые из них занимаются производством кондитерской муки и хлебобулочных изделий. Другие предприятия готовят полуфабрикаты для их последующей продажи предприятиям той же отрасли. Отдельные компании занимаются подготовкой полуфабрикатов для конечного потребления. Большинство субъектов общественного питания - это различные

специализированные организации, предлагающие определённый набор блюд [8].

Первое на что обратим внимание - это персонал, те, кто выбирают продукты, готовят и доставляют нам еду.

На данный момент предпочтения в выборе работников для сферы контакта с клиентом отдаётся молодёжи. Обладающие трудовым потенциалом и высокой социальной мобильностью, они представляются хорошими работниками, но не стоит забывать и про отрицательные качества. Чрезмерная эмоциональность, отсутствие умений подчиняться руководству и следовать правилам также являются качествами современной молодёжи [7, с. 56-57]. Очень часто мы видим молодых людей в качестве официантов, бариста, работников доставки, но нередки случаи хамства, несоблюдения простейших правил гигиены для работников общепита. Гигиена работника – важная часть безопасности гостя, но не единственная.

Следует обратить внимание на продукцию предприятий, её изготовление и хранение.

Ни для кого не секрет, что цены стремительно растут. Стоимость продуктов и энергоносителей, необходимых для их хранения и приготовления, в течение относительно небольшого отрезка времени может подняться на 10, 30 и даже 80 процентов [5, с. 198].

Медкомиссии персонала, контактирующего с едой, поддержание надлежащих условий хранения при перевозке и обработке, проверка сертификатов качества продукта – всё это стоит денег и времени, иногда недобросовестные предприниматели предпочитают не тратиться и экономят на качестве, соответственно, рискуют здоровьем своих клиентов.

Соблюдение товарного соседства позволяет сохранить качество пищевых продуктов и уменьшает риск переноса болезнетворных бактерий с сырой на готовую продукцию [3]. Конечно, руководство и персонал вряд ли дадут гостю возможность проверить условия хранения и качество продукции, но существуют способы понять состояние приобретённой вами пищи. Важно

помнить, что государство в вопросах безопасности и качества продукции чаще всего становится на сторону потребителя.

Попробуем рассмотреть меры государственного вмешательства, т. е. законодательной регуляции и санкций в случае обнаружения нарушений.

Основным документом в сфере общественного питания является СанПиН (санитарно-эпидемиологические правила и нормативы). Контроль за соблюдением этих правил и норм осуществляет Роспотребнадзор и подчинённая ему СЭС (санитарно-эпидемиологическая служба). Так же упоминания о санитарно-эпидемиологических требованиях можно найти в шестой статье «Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».

Нарушение санитарно-эпидемиологических условий при приготовлении пищи и напитков, а также организации питания людей в местах общепита (столовых, ресторанах, кафе, барах и т.д.) и/или при продаже им готовой продукции может повлечь за собой наложение административного штрафа от тысячи рублей (для граждан) до пятидесяти тысяч рублей (для юридических лиц) или административное приостановление деятельности сроком до девяносто суток [1].

При организации работы предприятия общественного питания необходимо оформить множество документов, ранее были кратко рассмотрены всего два пункта из множества перечисляемых при упоминании об опасностях общепита. Поэтому для начала работы необходимо подготовить множество документов:

- разрешение на работу от МЧС;
- договора со снабжающими и обслуживающими компаниями;
- лицензию на торговлю алкоголем (исключая пивные напитки);
- документы по организации производственного контроля;
- документы на помещение, если присутствует перепланировка;
- лицензия на музыку (если в помещении организовано воспроизведение музыкальных композиций).

Кроме всего перечисленного, в помещении общепита необходимо организовать так называемый «уголок потребителя», разместив в нём необходимые по закону «О защите прав потребителей» документы.

После этого следует подать уведомление о начале деятельности в Роспотребнадзор [4].

В сфере общественного питания множество опасностей, но не стоит из-за этого бояться посещать кафе, столовые, рестораны. Необходимо быть внимательным к покупаемой и потребляемой пище и важно помнить, что всегда есть возможность проверить документы посещаемого заведения, а в случае обнаружения нарушений любой потребитель имеет право обратиться с жалобой в надлежащие надзорные органы.

Список литературы:

1. КоАП РФ Статья 6.6. Нарушение санитарно-эпидемиологических требований к организации питания населения [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/dceffcf2617aa8cbad91f46398ce0beab3d0ea76/ (дата обращения: 24.09.20).

2. Меркулова, А. Д. Исследование психологических аспектов спортивной культуры студентов // А. Д. Меркулова, К. Б. Калмыков. Актуальные проблемы физического воспитания студентов. Материалы Международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2021. - С. 194-196.

3. Пособие по пищевой безопасности в общественном питании (Obshestv.pdf) [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall13039479_4820 (дата обращения: 23.09.2022).

4. Разрешения и документы питания [Электронный ресурс]. URL: https://www.sberbank.ru/start/articles/rest/docs_and_permits (дата обращения: 24.09.2022).

5. Соловьёва, О. А. Индекс тарелки борща / Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка Том I. Материалы X Международной научно-практической конференции студентов и учащихся ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». Пермский институт (филиал), 2021. - С. 196-200.

6. Шоронов, В. А. Использование современных информационных технологий в спорте 21 века // В. А. Шоронов, К. Б. Калмыков. Спортивная наука. Инновации в образовании. Материалы студенческой научно-практической конференции. Москва, 2021. - С. 476-478.

7. Шушарин, В. Ф. Проблемы функционирования молодёжного рынка труда пермского края / Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка Том I. Материалы X Международной научно-

практической конференции студентов и учащихся ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». Пермский институт (филиал), 2021. - С. 55-58;

8. Экономика предприятий общественного питания [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika_predpriyatiya/ekonomika_predpriyatiy_obschestvennogo_pitaniya/ (дата обращения: 23.09.2022).

Мелентьева Лилия Алексеевна
старший преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Аннотация: в статье рассматриваются передовые технологии на примере биопринтера, которые применяются в общественном питании.

Ключевые слова: новые технологии, инновационное оборудование, 3D-принтер, биопечать, тканеинженерное мясо, «чернила» для принтера.

MODERN TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS IN PUBLIC CATERING

Abstract: the article discusses advanced technologies on the example of a bioprinter, which are used in public catering.

Key words: new technologies, innovative equipment, 3D-printer, bioprinting, tissue engineering meat, “ink” for a printer.

У ресторанного бизнеса настолько богатая история, что кажется, будто никаких нововведений в этой сфере уже быть не может. Это ошибка. Каждая эпоха щедро одаривает данный вид деятельности инновациями. Практически все они требуют серьёзных финансовых вливаний, но окупаются очень быстро.

Новые продукты на рынке требуют внедрения нового оборудования для их обработки. Новое оборудование способствует модернизации традиционных или возникновению новых технологий. Постоянно растущий спрос на продукцию общественного питания не даёт остановиться в поисках новых решений.

В последние несколько лет большое внимание в мире новых технологий отдаётся по-настоящему удивительному изобретению - 3D-принтеру. Устройство способно создавать объёмные модели предметов, заданных при

помощи цифровой программы. Этот принтер начал новую эпоху в обществе – эпоху 3D-печати [1].

Учёные-инженеры нашли 3D-принтеру применение и в кулинарии. Трёхмерная печать позволит создавать новые необычные блюда в зависимости от ваших предпочтений и фантазии. Принцип его работы практически не отличается от устройства обычного 3D-принтера, только картриджи заправлены специальным пищевым сырьём.

Впервые такое устройство было представлено еще в 2007 году. Джеффри Липтон, технический директор компании SeraphRobotics, назвал своё изобретение Fab@Home. Принцип его работы прост: специальный шприц, наполненный вязкой жидкостью, слой за слоем формирует объект заданной формы. Например, можно приготовить шоколад или печенье любой формы.

На рынке передовых технологий недавно появился новый вид 3D-печатной машины под названием EdibleGrowth, способной создавать оригинальные закуски. В оболочку закуски, которая печатается на принтере в форме решёток, помещаются слои семян, дрожжей и спор. Тесто «растёт» приблизительно 5 дней. В итоге получается очень необычный продукт, из которого сквозь тесто торчат съедобные грибы и молодые растения. При более длительном времени роста органолептические свойства закуски изменяются.

Ещё один немалый прорыв в развитии пищевой промышленности сделал один из мировых лидеров по производству пасты Barilla. Эта компания занимается разработкой 3D-принтера для общественного питания. Данное устройство способно печатать за 2 минуты около 15-20 кусков пасты, которая может иметь различную форму. А блюдо из пасты приготовится за несколько минут. Принтер уже прошёл испытание в некоторых ресторанах Нидерландов.

В начале 2014 года компания 3D Systems объявила о создании принтера ChefJet, который печатает искусные кондитерские изделия. В основе изготовления сладостей лежит сахар и крахмал – материалы, способные быстро затвердевать. Процесс изготовления сахарной фигуры состоит в обрабатывании водой заготовки из мелкого высушенного сахара, благодаря чему продукт

получается достаточно прочный. На сегодняшний день существуют две версии устройства: ChefJet, печатающий монохромные сладости, и ChefJetPro, который печатает их цветными. Получившиеся сахарные скульптуры будут отличным украшением тортов и пирожных в кондитерском производстве [2].

Но это не единственный принтер для изготовления сладостей. Супруги Лиз и Кайль фон Хассель разработали свой 3D-принтер под названием SugarLab («сахарная лаборатория»). Продукт сделан из чистого моносахарида путём сплетения в единое целое сахарных нитей, пропитанных специальным раствором на основе воды и спирта. Трёхмерные сладости выглядят просто, но очень изысканно. Кондитеры нескольких стран сотрудничают с SugarLab по поводу изготовления оригинальных сладких фигур.

ChocEdge – компания, выпустившая первый в мире коммерческий 3D-принтер для изготовления фигур из шоколада. Принтер ChocCreator печатает шоколад слоями в соответствии с запрограммированным дизайном. Существует проблема контроля температуры, поэтому шоколад быстро меняет своё состояние. Новая версия устройства - простой универсальный настольный шоколадный принтер, которые даёт пользователям возможность придумывать и изготавливать свои собственные фигурки.

Студенты технологического института в Массачусетсе при помощи обычного 3D-принтера и жидкого азота, который помогает сохранить форму продукта до конца печати, создали машину для приготовления мороженого Cuisinart. В результате после многочисленных испытаний и доработок инженеры получили мороженое в форме пятиконечной звезды.

Большой интерес к подобным проектам выразило ведомство NASA, которое вручило в 2013 году грант компании Anjan Contractor на создание 3D-принтера, способного печатать пищу в течение долгих космических полётов астронавтов. На данный момент машина находится на стадии разработки, но она уже может с лёгкостью распечатать пищу. Блюдо состоит из теста с низким содержанием дрожжей, сыра и бекона, но последнее составляющее приготовить сложно, поэтому его заменят каким-нибудь продуктом богатым

белками. Важным условием для использования таких устройств в космосе является срок хранения продуктов. Создатели принтера уверяют, что картридж с пищевыми ингредиентами хватит на 30 лет. Для этого в них снижен уровень влаги, а углеводы и другие питательные вещества переработаны в порошок. Процесс создания пищи длится около 70 секунд.

В октябре 2019 года российская компания 3D-Bioprinting Solutions совместно с «Объединённой ракетной космической корпорацией» (ОРКК) Роскосмоса объявили об успешно проведённом на борту МКС эксперименте по биопечати образцов мяса в условиях микрогравитации. Конструкция биопринтера предполагает возможность проведения эксперимента по синтезу тканеинженерного мяса из клеток коровы, кролика и рыбы. Пока это кусочки мяса небольшого размера - всего несколько миллиметров, однако они представляют собой не бесформенный фарш, а текстурированную волокнистую ткань. Сейчас она состоит из одного вида клеток - мышечных. В будущем предполагается использовать и другие виды клеток – жировые и эпителиальные [3].

Главное отличие магнитного биопринтера - возможность объёмной печати, а не послойной. Объект формируется в магнитной ловушке сразу со всех сторон: клетки, из которых «строится» мясо, левитируют в пространстве. Сейчас 95 % биопринтеров в мире применяют экструзионные технологии, в разработанном же принтере используется формативная технология. Микрогравитация в данном методе используется как триггер – в её условиях клетки быстро слипаются друг с другом.

Этой осенью в сет-меню ресторана Twins Garden появился кальмар, который на вкус не отличается от настоящего. Создали этот инновационный продукт, используя 3D-биопринтер производства отечественной компании 3D Bioprinting Solutions, повара Иван и Сергей Березуцкие.

Напечатанный кальмар – полностью натуральный, сделан из фасоли и альтернативного белка без использования химических добавок и усилителей вкуса. 3D-биопринтер, на котором он печатается, разместили в лаборатории в

ресторане. «Чернила» повара готовят тут же на кухне. На то, чтобы напечатать одного кальмара, уходит 17 минут. Потом его обжаривают на сковороде, чтобы белок начал работать. И уже на тарелке перед гостем поливают маслом, настоящим на петрушке.

С 2020 года компания работает над созданием в лаборатории куриных наггетсов, которые будут максимально похожи на оригинальный продукт KFC. Уже есть технологии по созданию клеточного мяса, а вот придание ему нужной текстуры – это проблема, которую пытаются решить с помощью биопринтинга. В качестве исходного материала используются растительные компоненты и клетки куриного мяса.

Это не первый опыт в данной сфере: израильский стартап Redefine Meat работает над Alt-Steak – стейком на растительной основе, обещая с помощью 3D-принтера точно симитировать мышечную ткань, жир и кровь, которые есть в настоящей говядине. А базирующийся в Вене проект Legendary Vish разрабатывает технологию, которая позволит печатать на 3D-принтере растительного лосося для суши.

Все вышеперечисленные устройства уникальны и заметно изменили взгляд на науку и кулинарию. Но существуют устройство, которое является не просто идеей и фантазией инженеров, а уже нашло своё применение в современном мире. Это персональный 3D-принтер для еды Foodini. Он способен создавать несколько видов блюд из свежих и полезных ингредиентов. Foodini работает на основе системы Android, приобрести его можно примерно за 50 тыс. рублей. Он оснащён сенсорным дисплеем, где можно загружать и смотреть рецепты из интернета, благодаря встроенному адаптеру Wi-Fi. Устройство может напечатать почти всё что угодно – равиоли с начинкой, пиццу, гамбургеры, шоколадные фигуры и др. Алгоритм работы Foodini и остальных принтеров схож, но только на сегодняшний день он не готовит, поэтому тепловой обработкой придётся заняться пользователю. Аппарат может существенно сократить время приготовления блюд, а также помочь людям, не владеющим поварскими навыками.

Фудпринтинг открывает принципиально новые технологические возможности в пищевом производстве. Эта технология позволяет использовать альтернативные белки, персонализировать продукты питания, печатать продукты с заданными вкусовыми качествами и потребительскими свойствами, использовать строго дозированный объём сырья.

Каждую порцию можно обогатить индивидуально подобранным набором микроэлементов и витаминов, подобрать состав, который не вызывает аллергии. Можно чётко подстраиваться под вкусы потребителя. Например, уже сегодня мы умеем печатать продукты, по вкусу и текстуре аналогичные морепродуктам на основе фасолевого белка.

Развитие технологий создания 3D-принтеров началось недавно, но уверенно развивается и уже имеет хорошие результаты. Учёным-инженерам ещё предстоит решить ряд проблем, которые присущи нынешним пищевым принтерам. Например, равномерное распределение тепла в процессе тепловой обработки, преодоление микрогравитации, поиск текстуры, вязкости, предела текучести напечатанного объекта, воссоздание не только вкуса и запаха, но и неоднородности ткани продукта и др. К сожалению, это пока недостижимая цель, над которой бьются исследовательские лаборатории и прогрессивные фуд-компании во всём мире. Ещё один фактор, сдерживающий развитие фудпринтинга - очень высокая стоимость разработок, доходящих до миллиардов долларов.

Хотя гастрономию считают очень инновационной сферой, не так уж много технологий приживается и получает широкое распространение. И биопринтер вполне может стать устройством, которое со временем будет стоять на каждой ресторанной кухне как, например, «су-вид».

Список литературы:

1. URL: <https://bioprinting.ru/en/>
2. URL: https://vademec.ru/article/print_i_nishchiy/
3. URL: <https://mcs.mail.ru/blog/kak-3d-biopechat-budet-spasat-zhizni-na-zemle-i-v-kosmose>

КРУГЛЫЙ СТОЛ I. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ИННОВАЦИИ

Болотов Андрей Михайлович

кандидат технических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

МОДЕЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ЗАДАЧИ С ТРАНЗИТОМ ТОВАРА НА СКЛАДАХ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ РАЗНЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА

Аннотация: в статье предлагается вариант транспортной задачи линейного программирования с возможностью перевозки товара со склада на склад. При этом могут использоваться разные виды транспорта. Рассмотрены особенности предложенного варианта и его отличия от транспортной задачи с транзитом мощности.

Ключевые слова: транспортная задача, перегруз товара, виды транспорта.

MODEL OF THE TRANSPORT TASK WITH THE TRANSIT OF GOODS IN WAREHOUSES WHEN USING DIFFERENT MODES OF TRANSPORT

Abstract: the article offers a variant of the linear programming transport problem with the possibility of transporting goods from warehouse to warehouse. At the same time, different types of transport can be used. The peculiarities of the proposed variant and its differences from the transport problem with the transit of power are considered.

Key words: transport task, overloading of goods, types of transport.

В рыночной экономике для выживания предприятий их руководству необходимо принимать оптимальные решения, благодаря которым достигается требуемый результат при минимальных затратах финансовых, материальных, трудовых и других видов ресурсов. Большой класс задач решается с использованием методов линейного программирования. Транспортная задача является одной из задач линейного программирования. В классической постановке она формулируется следующим образом. Имеется m складов, в которых хранится однородная продукция. Её необходимо доставить n потребителям. При этом стоимость перевозки единицы продукции от любого поставщика любому потребителю известна из матрицы тарифов. Суммарный

запас продукции на складах равен суммарной потребности – случай закрытой (сбалансированной) задачи. Необходимо найти такой план (матрицу) перевозок, чтобы суммарные затраты на перевозку товара были минимальными.

В литературе, посвященной транспортной задаче, известны её различные варианты [1], [2]. Наиболее часто рассматриваются случаи:

- осложнения транспортной задачи;
- задачи с промежуточными (транзитными) пунктами;
- продукция может перевозиться несколькими видами транспорта;
- задача с транзитом мощности.

Автор предлагает новый вариант закрытой транспортной задачи. Приведём словесную формулировку. Имеется m складов (поставщиков, источников) в которых хранится однородная продукция (товар). Необходимо доставить всю продукцию n магазинам (потребителям). При этом любой склад может использоваться в качестве промежуточного (транзитного) пункта. Известна стоимость перевозки единицы продукции из любого склада в любой склад или магазин. Товар может перевозиться несколькими видами транспорта. Общее количество видов транспорта равно t . В случае перевозки продукции со склада на склад может быть произведена замена вида транспорта. Стоимость перегрузки единицы товара с одного вида транспорта на другой известна. Данная стоимость может трактоваться более широко. В эту стоимость могут входить затраты на временное хранение товара на складе. Необходимо найти такой план перевозок, чтобы суммарная стоимость перевозки была минимальной.

Запишем математическую формулировку задачи.

Введем следующие обозначения:

i – номер склада (поставщика), $i=1,m$;

A_i – количество товара имеющегося в i – ом складе;

j – номер магазина (потребителя), $j=1,n$;

B_j – количество товара требуемого j – му потребителю;

k – номер вида транспорта, $k=1,t$;

c_{ijk} – стоимость перевозки единицы товара с i – ого склада j – му потребителю при использовании k – го вида транспорта, $i=1,m, j=1,m+n, k=1,t$. В данном случае потребителем может быть и склад, если он используется как промежуточный пункт;

\tilde{c}_{irkz} – затраты на перегрузку единицы товара доставленного с i – го склада k -ым видом транспорта на складе с номером r , где товар перегружается на z –ый вид транспорта;

x_{ijk} – количество единиц перевозимого товара с i – ого склада j – му потребителю при использовании k – го вида транспорта, $i=1,m, j=1,m+n, k=1,t$. x_{ijk} образуют план (матрицу) перевозок и являются переменными управления в задаче;

Целевая функция – суммарная стоимость перевозки товара равна

$$F = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^{m+n} \sum_{k=1}^t c_{ijk} * x_{ijk} + \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^{m+n} \sum_{k=1}^t \sum_{z=1}^t \tilde{c}_{ijkz} * x_{ijk} \rightarrow \min. \quad (1)$$

Первое слагаемое равно затратам на перевозку всеми видами транспорта со склада на другие склады и потребителям. Второе слагаемое выражает затраты на перегрузку товара на складах. При этом $x_{ijk} = 0$ и $\tilde{c}_{ijkz} = 0$, что соответствует случаю который в задаче не имеет смысла – осуществляется перегрузка товара, привезённого на i – склад с того же i – го склада.

Запишем ограничения в рассматриваемой задаче:

Решается закрытая (сбалансированная) задача, имеем уравнение баланса в виде:

$$\sum_{i=1}^m A_i = \sum_{j=1}^n B_j. \quad (2)$$

Весь товар имеющийся на складе должен быть вывезен со складов

$$\sum_{j=1}^{m+n} \sum_{k=1}^t x_{ijk} - \sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^t x_{jik} = A_i, \quad i=1,m. \quad (3)$$

В равенстве (3) вычитаемое равно количеству товара привезенного в A_i склад с других складов.

Спрос всех потребителей должен быть удовлетворен в требуемых объемах

$$\sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^t x_{ijk} = B_j, \quad j = 1, n. \quad (4)$$

$x_{ijk} \geq 0$, количество перевозимого груза не может быть отрицательной величиной;

x_{ijk} – целое.

Продемонстрируем рассматриваемый подход следующей задачей. На двух складах хранится соответственно по 50 единиц однородной продукции (товара). Продукцию нужно доставить двум потребителям (магазинам) в количестве 40 и 60 единиц. Для перевозки продукции может использоваться два вида транспорта. Стоимость доставки единицы продукции со складов в другие склады и в магазины первым видом транспорта дана в таблице 1. Соответствующие данные для второго вида транспорта приведены в таблице 2. Стоимость перегруза единицы товара доставленного первым видом транспорта на второй вид транспорта представлена в таблице 3. Соответствующие данные для стоимости перегруза со второго вида транспорта на первый сведены в таблицу 4. Во всех таблицах в первом столбце дан номер склада, откуда вывозится продукция, в первой горизонтальной строке указан пункт назначения (другой склад или магазины). Все стоимости даны в условных единицах.

Таблица 1

Стоимость перевозки единицы продукции первым видом транспорта

Склады	A ₁	A ₂	B ₁	B ₂
A ₁	0	3	20	20
A ₂	3	0	20	15

Таблица 2

Стоимость перевозки единицы продукции вторым видом транспорта

Склады	A ₁	A ₂	B ₁	B ₂
A ₁	0	20	9	9
A ₂	15	0	3	3

Таблица 3

Стоимость перегруза с первого вида транспорта на второй

Склады	A ₁	A ₂
A ₁	0	1
A ₂	1	0

Таблица 4

Стоимость перегруза со второго вида транспорта на первый

	A ₁	A ₂
A ₁	0	3
A ₂	3	0

Исходные данные подобраны исходя из следующих соображений. Стоимость перевозки продукции из первого склада во второй склад первым видом транспорта меньше, чем стоимость непосредственной перевозки из первого склада потребителям. При этом стоимость перевозки из второго склада в магазины вторым видом транспорта меньше, чем соответствующая стоимость перевозки из первого склада в магазины. Кроме того, стоимость перегруза с первого вида транспорта на второй вид транспорта мала по сравнению со стоимостью транспортировки. Поэтому можно предположить, что в случае таких данных будет выгодна следующая последовательность доставки товара. Весь товар с первого склада перевозится на второй склад первым видом транспорта, где он перегружается на второй вид транспорта. Далее он доставляется в магазины.

Решение задачи получено с помощью надстройки «Поиск решения» табличного процессора Excel пакета Microsoft Office 2010. Результаты расчета приведены в таблицах 5 и 6.

Таблица 5

План перевозок для первого вида транспорта

Склады	A ₁	A ₂	B ₁	B ₂
A ₁	0	50	0	0
A ₂	0	0	0	0

Таблица 6

План перевозок для второго вида транспорта

Склады	A ₁	A ₂	B ₁	B ₂
A ₁	0	0	0	0
A ₂	0	0	40	60

Значение целевой функции равно 500 условных единиц. Как и предполагалось, сначала доставляется товар с первого склада (A_1) на второй склад (A_2) первым видом транспорта, где после перегрузки на второй вид транспорта доставляется потребителям.

Интересно сравнить полученное решение с решениями для двух видов транспорта в классической постановке, когда товар сразу доставляется от поставщиков потребителям только одним видом транспорта. Для первого вида транспорта значение целевой функции равно 1750 условных единиц, для второго 800 условных единиц. Следовательно, использование в некоторых случаях складов, как транзитных пунктов при использовании нескольких видов транспорта может дать существенный выигрыш в суммарной стоимости доставки товаров.

Отметим следующие особенности предлагаемого варианта транспортной задачи.

1. В общем случае матрица затрат на перегруз товара может быть несимметричной. Расходы во многом зависят от возможностей складского хозяйства имеющегося на конкретном складе.

2. Если рассматривать часть матрицы стоимости перевозок образованной пересечением строк и столбцов, относящихся к складам как квадратную, то она не обязательно будет симметричной. Например, используя совершенно одинаковый транспорт при перевозке по течению реки и против течения реки, получим разные затраты.

3. Разные виды транспорта нужно интерпретировать более широко, а именно как разные возможности по доставке товара. Понятно, что затраты на перевозку единицы товара на автомобилях марки «КамАЗ» и «Газель» будут отличаться. Очевидно, что в данной ситуации автомобили следует рассматривать как разные виды транспорта.

4. Количество матриц затрат на перегруз товара быстро увеличивается при возрастании числа видов транспорта. Количество матриц определяется, как число размещений $A_t^2 = t(t - 1)$, где t число видов транспорта.

5. Рассмотренный вариант транспортной задачи имеет два существенных отличия от варианта задачи с транзитом мощности [3, с. 46]. Во-первых, в задаче с транзитом мощности транзит может осуществляться не только поставщиками, но и потребителями. Во-вторых, затраты на транзит в задаче с транзитом мощности равны нулю.

Таким образом, используя рассмотренную модель транспортной задачи можно учесть некоторые особенности и возможности при решении задачи об оптимальной доставке продукции, которых нет в существующих вариантах транспортной задачи.

Список литературы:

1. Раскин, Л. Г. Многоиндексные задачи линейного программирования (теория, методы, приложения) / Л. Г. Раскин, И. О. Кириченко. – М. : Радио и связь, 1982. – 240 с.
2. Триус, Е. Б. Задачи математического программирования транспортного типа. – М. : Советское Радио, 1967. – 208 с.
3. Костин, В. Н. Оптимизационные задачи электроэнергетики: Учеб. пособие. СПб. : СЗТУ, 2003. – 120 с.

Дюкина Юлия Владиславовна
аспирант

Университета прикладных наук Вюрцбург-Швайнфурт, г. Вюрцбург

РИСКИ КОМПАНИЙ ИТ-ОТРАСЛИ: ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ АНАЛИЗА И ИДЕНТИФИКАЦИИ

Аннотация: исследование посвящено вопросам анализа и идентификации рисков компаний ИТ-отрасли в современных условиях цифровизации экономики на примере г. Санкт-Петербург. В работе осуществлён анализ динамики использования ИТ-технологий в компаниях Санкт-Петербурга за 2003-2020 гг. в контексте цифровой экономики, на основе разработки различных видов трендов и экстраполяции по наилучшему тренду определён прогноз развития ИТ-технологий в компаниях Санкт-Петербурга на ближайшую перспективу.

Ключевые слова: цифровизация, ИТ-отрасль, идентификация рисков, анализ.

RISKS OF COMPANIES IN THE IT INDUSTRY: JUSTIFICATION OF THE NEED FOR ANALYSIS AND IDENTIFICATION

Abstract: the study is devoted to the analysis and identification of risks of companies in the IT industry in the current conditions of digitalization of the economy on the example of St. Petersburg. The paper analyzes the dynamics of the use of IT technologies in St. Petersburg companies for 2003-2020. in the context of the digital economy, based on the development of various types of trends and extrapolation according to the best trend, the forecast for the development of IT technologies in St. Petersburg companies in the near future is determined.

Key words: digitalization, IT industry, risk identification, analysis.

В настоящее время в связи с приобретением особого значения процессов цифровизации практически во всех отраслях экономики многие компании в РФ становятся digital-компаниями, автоматизирующими не только бизнес-процессы, но и создающими IT-продукты и услуги [2, 5]. Многолетний опыт функционирования компаний IT-отрасли в России свидетельствует о том, что IT-отрасль является сферой, высоко подверженной разнообразным рискам, источниками которых являются как внешняя среда, так и внутренние факторы самих компаний [1, 10, 14]. В настоящее время возникает острая необходимость своевременного и качественного управления рисками компаний IT-отрасли, основанному на выявлении и полном и системном их анализе [11, 19, 21].

Формирование эффективной системы риск-менеджмента является актуальной проблемой для каждой компании в IT-отрасли в Санкт-Петербурге, а эффективность управления рисками компаний при реализации IT-проектов во многом обусловлена своевременными и полными выявлением, анализом и идентификацией рисков компании IT-отрасли, поэтому эти вопросы стоят остро и обсуждаются активно в современной литературе [8, 9, 12, 13]. Однако сложность и специфика возникающих проблем в IT-отрасли, источники их возникновения, направленность мероприятий по борьбе с рисками зависит от множества разнообразных факторов [15, 18, 20].

В имеющихся на настоящее время научных исследованиях зарубежных и отечественных авторов применительно к компаниям IT-отрасли, осуществляющих деятельность в России, и в частности, в Санкт-Петербурге,

отсутствует системное решение указанной проблемы риск-менеджмента, и, в частности, подходов и методик выявления, анализа и идентификации рисков в современных условиях цифровизации экономики.

На основе систематизации различных видов рисков в научных исследованиях зарубежных и отечественных авторов, посвященных различным сферам экономики, автором разработан подход к анализу и идентификации рисков для компаний IT-отрасли в Санкт-Петербурге на трёх уровнях: макроуровне, мезоуровне и микроуровне.

Система управления рисками в компаниях IT-отрасли, кроме анализа и идентификации рисков, включает методы управления рисками с целью их минимизации. С учётом определённой задачи минимизации риска в компаниях IT-отрасли могут применяться соответствующие сценарии, которые либо устраняют конкретную угрозу, вызывающую риск, либо уменьшают ожидаемый размер потерь в результате наступления рискового события. На основе проведённого исследования, а также с учётом осуществляемой в последнее время мощной государственной поддержки и систематических инициатив улучшения условий работы компаниях IT-отрасли в РФ [3, 6, 7], и в частности, в Санкт-Петербурге, можно констатировать, что управление рисками в компаниях IT-отрасли Санкт-Петербурга в современных условиях цифровизации экономики, должно иметь ориентир на внутренние факторы: обеспечение основными средствами (включающее аренду, приобретение и лизинг основных средств, продажу избыточных активов), кадровый потенциал (включающий как постоянный численный штатный состав, так и временно привлекаемых работников необходимой квалификации), а также обеспеченность материальными ресурсами, поскольку сегодня IT-отрасль находится в числе приоритетных с точки зрения государственной поддержки и систематически получает инициативы улучшения условий работы в РФ, и, как следствие, снижаются риски у компаний IT-отрасли на макро- и мезоуровнях. Управление рисками в компаниях IT-отрасли может осуществляться также в разрезе функций управления.

Резюмируя можно отметить, что сегодня IT-сектор превращается в один из наиболее динамично развивающихся сегментов мирового хозяйства, сохраняя за собой репутацию отрасли, которая постоянно подвержена непрерывным и кардинальным изменениям. Однако, учитывая уклад современной политики России в IT-отрасли, который складывается на качественно новом экономическом, политическом и социальном уровнях, в условиях цифровизации экономики, г. Санкт-Петербург обладает реальными возможностями занять высокие позиции рейтингов городов-лидеров, не только в РФ, но и в мировой IT-системе.

Таким образом, проведённое исследование позволяет предложить ориентировать компании IT-отрасли в Санкт-Петербурге в современных условиях цифровизации экономики при управлении рисками в компаниях на внутренние факторы. Внедрение предложений потенциально позволит повысить эффективность управления рисками в компаниях и стимулирует дальнейшее развитие компании IT-отрасли в Санкт-Петербурге в современных условиях цифровизации экономики, поскольку первым обязательным критерием эффективности управления рисками в компании является уровень интеграции процессов выявления, анализа и идентификации рисков в процессы принятия управленческих, инвестиционных и иных решений в условиях цифровой среды. Результаты научного проекта являются значимыми для Санкт-Петербурга, так как потенциально позволяют повысить эффективность управления рисками в компаниях IT-отрасли и стимулируют дальнейшее развитие компании IT-отрасли в Санкт-Петербурге в современных условиях цифровизации экономики. Результаты проекта можно использовать при анализе и идентификации рисков компаний IT-отрасли, осуществляющих деятельность в других регионах РФ в современных условиях цифровизации экономики.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы».

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения: 15.02.2022).

2. Указ Президента РФ от 02.03.2022 «О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации». URL: <http://kremlin.ru/acts/news/67893> (дата обращения: 15.02.2022).

3. Женова, Н. А. Продвижение для цифрового бизнеса / Цифровизация общества: состояние, проблемы, перспективы: материалы VII ежегодной Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 30 мая 2020 г.). М., 2020. - С. 90-94.

4. Никитская, Е. Ф. Цифровизация в глобальном мире: международная практика и российский опыт // Е. Ф. Никитская, М. А. Валишвили, В. Е. Афонина. Вестник Алтайской академии экономики и права, 2021. – № 10 (часть 2) – С. 150-159.

5. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb33244e178738f67f181600cac9f2/ (дата обращения: 10.05.2022).

6. Регионы России. Социально-экономические индикаторы. Социально-экономические индикаторы. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/47652> (дата обращения: 15.02.2022).

7. Состояние ИТ-отрасли в России. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/it-otrasl-v-rossii-i-v-mire-kak-rastet-rynok-informatsionnykh-tehnologii/> (дата обращения: 11.03.2022).

8. Abraham, S. E., Karns, L. A., Shaw, K., Mena, M. A. Managerial competencies and the managerial performance appraisal process (2001) Journal of Management Development, 20 (10), pp. 842-852. doi: 10.1108/02621710110410842.

9. Armstrong, C. P., Sambamurthy, V. Information Technology Assimilation in Firms: The Influence of Senior Leadership and IT Infrastructures (1999) Information Systems Research, 10 (4). - P. 304-327. URL: <http://isr.journal.informs.org/> doi: 10.1287/isre.10.4.304.

10. Brooks, P., El-Gayar, O., Sarnikar, S. A framework for developing a domain specific business intelligence maturity model: Application to healthcare (2015) International Journal of Information Management, 35 (3). - P. 337-345. URL: <https://proxy.library.spbu.ru:2492/international-journal-of-information-management> doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2015.01.011.

11. Carter, M., Grover, V., Thatcher, J. B. The emerging CIO role of business technology strategist (2011) MIS Quarterly Executive, 10 (1). - P. 19-29. URL: <http://misqe.org/ojs2/index.php/misqe/article/viewFile/288/265> (дата обращения: 11.03.2022).

12. Chatterjee, D., Grewal, R., Sambamurthy, V. Shaping up for E-commerce: Institutional enablers of the organizational assimilation of Web technologies (2002). MIS Quarterly: Management Information Systems, 26 (2). - P. 65-90.

13. Chun, M., Mooney, J. CIO roles and responsibilities: Twenty-five years of evolution and change (2009) *Information and Management*, 46 (6). - P. 323-334. doi: 10.1016/j.im.2009.05.005
14. Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., Welch, M. Embracing digital technology: A new strategic imperative (2014) *MIT Sloan Management Review*, 55 (2)
15. Galliers, R. D., Sutherland, A. R. Information systems management and strategy formulation: the 'stages of growth' model revisited. (1991). *Information Systems Journal*, 1 (2). - P. 89-114. doi: 10.1111/j.1365-2575.1991.tb00030.x
16. Guillemette, M. G., Paré, G. Toward a new theory of the contribution of the IT function in organizations (2012) *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36 (2). - P. 529-551. <http://misq.org/contents-36-2/>
17. Laufer, A., Hoffman, E. J., Russell, J. S., Cameron, W. S. What successful project managers do (2015) *MIT Sloan Management Review*, 56 (3) - P. 43-51. URL: <http://sloanreview.mit.edu/article/what-successful-project-managers-do/> (дата обращения: 11.03.2022).
18. Li, Y., Tan, C.-H. Matching business strategy and CIO characteristics: The impact on organizational performance (2013) *Journal of Business Research*, 66 (2). - P. 248-259. doi: 10.1016/j.jbusres.2012.07.017
19. Matt, C., Hess, T., Benlian, A. Digital Transformation Strategies (2015) *Business and Information Systems Engineering*, 57 (5). - P. 339-343. URL: <http://proxy.library.spbu.ru:2454/content/121294> doi: 10.1007/s12599-015-0401-5
20. Peppard, J., Edwards, C., Lambert, R. Clarifying the ambiguous role of the CIO (2011). *MIS Quarterly Executive*, 10 (1). - P. 31-44. <http://misq.org/ojs2/index.php/misq/article/viewFile/271/264>
21. Westerman, G., Bonnet, D., McAfee, A. (2014) *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.

Кабулов Абдор Ахрорович
кандидат экономических наук, доцент
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханов, г. Ташкент

ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ИННОВАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ РАЗВИТИИ

Аннотация: сегодня особое внимание уделяется качественному образованию. А использование цифровых и современных информационных технологий, несомненно, является необходимым условием в получении высшего качественного образования. В данной работе делается попытка охарактеризовать инновационное направление использования их в образовательном процессе вузов.

Ключевые слова: цифровизация, инновация, качество обучения, национальная экономика и цифровая экономика.

ISSUES OF DIGITALIZATION AND INNOVATION IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Annotation: education has been and remains in the world a significant area of development in all sectors of the national economy. And the use of digital technologies in this is one of the most important factors in obtaining and improving the quality of education. The article discusses some issues of using digital teaching technologies in educational institutions.

Key words: education, quality, digital economy, information and communication technologies, learning efficiency.

В настоящее время, благодаря рациональному и эффективному использованию современных информационных и цифровых технологий, поступательное развитие национальной экономики Узбекистана во многом зависит от реализации наиболее эффективных механизмов и реформ, которые позволят республике осуществить воспроизводство социальных, политических и управленческих государственных структур.

Пандемия, распространившаяся по всему миру, намного осложнила повседневную жизнь и сложившиеся устои людей, что привело к тому, что почти всем понадобились цифровые и информационные технологии для общения и работы. Интернет стал необходимым условием выживания, тем продуктом, который смог выполнять все необходимые требования человека.

Цифровизация стала неотъемлемой частью общества и, в частности, в системе образования, а качество образования стало необходимым условием в развитии рыночных преобразований нашего общества. Высокое качество образования, основанное на внедрении и использовании современных цифровых и информационных технологий, является инновационным продуктом устойчивого развития государства. Проанализировав существующие на сегодняшний день проблемы в получении качественного образования, можно прийти к выводу, что использование технологий и повышение требований к получению такого образования невозможно достичь без использования инновационных подходов к цифровизации [5, с. 3].

Совершенствование цифровой экономики невозможно без исследования политических, экономических, социальных и других основ [1, с. 2]. Осуществление широкомасштабных реформ, происходящих в нашей стране, которые приведут к дальнейшему процветанию и перспективе развития национального хозяйства республики, полностью зависит от внедрения инноваций в национальную экономику.

Изучение на научной основе в условиях Узбекистана тенденций и возможностей развития цифровой экономики развивается в соответствии с названием 2020 года - «Года науки, просвещения и развития цифровой экономики». Для того чтобы обучающиеся получали более качественное образование с использованием в обучении современных цифровых и информационных технологий и с целью их применения потом в различных областях национального хозяйства страны, в этом направлении в Узбекистане проводится огромная плодотворная научная работа.

Главной особенностью будущего общества, на наш взгляд, является проникновение цифровых технологий в жизнь человека особенно в условиях пандемии. Прогресс в республике в области информационных, цифровых технологий и телекоммуникаций, произошедший за последние десятилетия, стал результатом радикальной трансформации и дал возможность Узбекистану быть более открытым в мировой экономике. Сегодня, с получением качественного образования, инновационность, цифровое развитие национальной экономики сопровождается активным ростом количества и качества образовательных компетенций в вузах. В условиях глобализации мировой экономики и технологического развития без стремительного роста цифровой экономики и ИКТ невозможен экономический прорыв государства.

Как предусмотрено в разработанной Программе «Цифровой Узбекистан – 2030» и как сказано Президентом Узбекистана Мирзиёевым Ш. М., страна должна в кратчайшие сроки совершить революционный переворот в развитии цифровизации во всех отраслях национальной экономики, что даст возможность резко увеличить потенциал отечественного рынка

информационно-коммуникационных технологий, повысить цифровую трансформацию государственных услуг, создание хороших условий для развития и совершенствования новых информационных технологий и программных продуктов, развития человеческого капитала, совершенствования системы подготовки и переподготовки высококвалифицированных кадров в области цифровых технологий [2, с. 4].

Сегодня многие страны мира имеют проблемы по развитию и совершенствованию цифровых и информационных технологий. К их числу можно отнести и Узбекистан. Так, ещё не на достаточно высоком уровне развиваются телекоммуникационная инфраструктура и связь. Недостаточные знания в области компьютерных навыков являются немаловажным фактором при принятии на работу людей, что является одной из решающих причин недостаточного количества высококвалифицированных специалистов в области цифровой экономики. Образовательные учреждения должны учитывать в учебном процессе возможность более качественно обучать будущих специалистов по применению в национальном хозяйстве современных цифровых и информационных технологий.

Надо учитывать, что в республике ещё не достигнут тот требуемый уровень объёма инвестиций в информационно-коммуникационные системы для достижения высокого уровня использования станций связи, который сейчас находится на достаточно низком уровне, что создаёт проблемы в оперативном обслуживании клиентов (одна базовая станция на одну тысячу человек). В Казахстане, например, одна станция может обслуживать 645 потребителей интернета, а в России эта цифра составляет 230 человек [4, с. 54].

Для коренного изменения существующего цифрового разрыва в лучшую сторону необходимо существенно увеличить и качественно повысить мобильные услуги интернет. Для сравнения можно сказать, что по странам Содружества Независимых Государств в настоящем году в Узбекистане средняя скорость мобильной и широкополосной связи интернет по сравнению с

2020 годом снизилась почти в полтора раза, что, конечно же, связано, в первую очередь, с пандемией [5, с. 2].

Для цифровой трансформации жители в республике ещё недостаточно владеют знаниями и цифровыми навыками, что стало серьёзным препятствием. Недостаточно высокий уровень в обучении и применении современных направлений цифровизации, цифровая грамотность по стране в целом и в образовательных учреждениях республики, в частности, остаётся на сегодня большой проблемой. Особенно это сказывается в областных регионах. В Программе развития цифровой экономики в Республике Узбекистан до 2035 года заложено формирование системы мер поддержки и стимулирования, которое является первостепенной задачей в обеспечении мотивации субъектов экономической деятельности к цифровым инновациям и исследованиям в области цифровых технологий [3, с. 12].

Не секрет, что в настоящее время в вузах для повышения уровня конкурентоспособности взято направление именно в обучении студентов навыкам современных информационно-коммуникационных технологий. Для успешной реализации данного направления вузам необходимо привлекать специалистов из зарубежных стран, а также приобретать современное техническое и технологическое оборудование [1, с. 2].

Получение профессионального качественного образования и подготовка будущих специалистов стала для нашей республики стратегической задачей и образовательной концепцией развития. Это всё существенно повлияет на повышение качества образования обучающихся, которое непосредственно зависит от правильного и достаточного использования современного цифрового и информационного обеспечения [4, с. 97].

Здесь надо отметить, что существенно повлиять на высокий уровень будущих специалистов в этой области может то, что инновации в образовании должны быть использованы и в цифровых, информационных технологиях, что должным образом должно повлиять на повышение качественного образования. Это, в свою очередь, позволит подготовить специалистов для различных

отраслей национальной экономики с новым инновационным мышлением и подходом ко всё возрастающим требованиям времени к использованию современных технологий, но это, в свою очередь, несомненно может привести к противоречиям. И в этом направлении можно выделить следующее.

1. При эффективном определении компетентного подхода к преподаванию в образовательных учреждениях следует придерживаться некоторых условий, а именно:

- на наш взгляд, необходимо, проверив состояние обучения в вузах, чётко определить в каких предметах нужно более существенное применение цифровых и информационных технологий;

- организовать мультимедийные компьютерные технологии для аудиовизуальной работы по проводимым дисциплинам;

- формирование личности, способной к самореализации в коммуникативной деятельности, стимулирование творческой и исследовательской деятельности обучающихся.

2. В вузах надо увеличить количество практических занятий, чтобы обучающиеся могли лучше ознакомиться с тем направлением в данной области, которое затем будет применяться в профессиональной деятельности. Неукоснительным должно быть в процессе проведения учебных занятий применение современных мультимедийных ресурсов и интернета, внедрение информационных и цифровых технологий в образовательный процесс независимо от названия предмета и направления обучения.

Для полного овладения дисциплинами, проводимыми с использованием современных технологий, желательно было бы применение новых, инновационных подходов, таких как: комплекс электронных учебников, информационных ресурсов, оптические доски, видеотекстные системы связи, новые методы представления данных, высокоавтоматизированную информационную среду, позволяющую получать доступ к любому знанию, предоставленному в виде информации и т. д., что позволит более глубоко овладеть навыкам цифровых и информационных технологий. Средства

современных информационных и цифровых технологий, современные технические средства обучения нового типа должны иметь важную роль и это, в конечном итоге, может сыграть решающее значение.

Для грамотного интегрирования технических средств и цифровых технологий в учебный процесс, определение их роли и места в образовательном процессе является необходимым условием. Здесь надо учесть, что разработка методики их эффективного применения в образовательном процессе очень важна для каждого обучающего в его практической деятельности.

Постоянное совершенствование и адаптация к быстро меняющимся потребностям общества в современных информационно-коммуникационных и цифровых технологиях дают возможность обучающимся глубже и эффективнее осваивать дисциплины с применением этих новых технологий, которые несомненно будут использованы ими во всех отраслях национальной экономики Узбекистана и за его пределами. С целым рядом задач приходится сталкиваться преподавателям образовательных учреждений, важнейшими из которых являются:

- способность к самостоятельному обучению и развитие общеобразовательных навыков;

- развитие навыков работы с большим объёмом информации;

- изменение мировоззрения, мировосприятия, материального производства, образования, способа мышления и мироощущения;

- обогащение культурного мира обучающихся, т. к. компьютерные мультимедийные энциклопедии расширяют кругозор, открывают всё новые возможности в обработке и анализе значительных объёмов и разнообразии содержания информационных массивов;

- укрепление умственных способностей обучающихся в информационном и цифровом обществе, повышение качества обучения на всех ступенях образовательного процесса.

Всё, что было сказано выше ещё не предел тех возможностей, которые сегодня предлагают цифровые технологии, что является необходимым

условием достижения целей устойчивого развития отраслей отечественной экономики.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. Газета «Народное слово» от 24 декабря 2021 г. URL: <https://nrm.uz/contentf?doc=409961>
2. Абдурахманов, К. Х. «Цифровой Узбекистан - 2030» выведет из отстающих. Газета «Народное слово», № 74 (7545) от 10 апреля 2020 г.
3. Координационный Совет по ИКТ Узбекистана. URL: infoCOM.UZ/2020/05/12/monitoring
4. Информационно-коммуникационные и инновационные технологии. Республиканский круглый стол, посвящённый развитию инноваций и цифровых технологий в Республике Узбекистан. Сб. научных трудов. – Т. : Изво «Наука», 2020. – 112 с.
5. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития. URL: <http://investin.com/About/Economy>.

КРУГЛЫЙ СТОЛ II. ВОСПИТАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Гордеева Елена Валентиновна

кандидат экономических наук, директор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ ПОДХОДОВ К ОРГАНИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ВУЗАХ

Аннотация: в статье проанализированы современные тренды в социуме, на этой основе определены слабые места в организации воспитательной работы и намечены пути их корректировки.

Ключевые слова: сильные связи, слабые связи, социальное время, внутренний климат.

PROBLEMS OF FORMING NEW APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF EDUCATIONAL WORK IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Abstract: the article analyzes current trends in society, on this basis, identified weaknesses in the organization of educational work and outlined ways to correct them.

Key words: strong ties, weak ties, social time, internal climate.

Современный мир быстро меняется под воздействием разнонаправленных факторов, таких как глобализация (причём, трансформирующаяся из-за падения роли американской мировой гегемонии) и экономическая интеграция, также меняющая приоритеты; цифровизация и проблемы информационной безопасности; ухудшение экологии и формирование «зелёной экономики»; кроме того на это воздействие влияют национальные, конфессиональные, политические и прочие противоречия и вызовы, - всему этому надо уметь противостоять.

Аналізу ситуации и современных трендов в социуме посвящены труды многих учёных, исследующих её в разных, в т. ч. социологических и педагогических аспектах. Проанализируем некоторые подходы к исследованиям данной предметной области и начнём с дефиниций. На наш взгляд, заслуживает особого внимания определение «текущая современность», предложенное британским социологом З. Бауманом [1].

Данное понятие характеризует переход от традиционного общества, с его шаблонами, нормами морали и поведения, традициями и устоями к более плавному, «текучему», свободному от сложившихся ограничений и запретов социуму. Современность, по З. Бауману, это постоянное перемещение «без границ»; повышение мобильности всех индивидов, включая социальную, территориальную и виртуальную; отсутствие идеалов, веры в прогресс, «ускользание» от проблем социальных обязательств. С понятием «текущая современность» связано ещё одно определение - «слабые связи», принадлежащее профессору Стэнфордского университета М. Грановеттеру. Так, в научной работе «Сила слабых связей» [2] автор анализирует социальные сети как инструмент, воздействующий на соединение диадических (парных) связей индивидов, формирующихся на микроуровне первичных групп с обществом в целом, т. е. на макроуровне. Для понимания, как социальные сети влияют на социальную мобильность, М. Грановеттер провёл исследование

случайной выборки работников (специалистов управляющего и вспомогательного персонала) среди населения пригорода Бостона, сменивших работу на новую через свои личные контакты. Проанализировав эти контакты, автор пришёл к следующим выводам.

1. Наибольшую помощь в поиске новой работы оказали не «сильные связи» - с близкими друзьями, родственниками, членами семьи, а «слабые связи» - с людьми, малознакомыми лично, с которыми поддерживаются контакты на уровне «здравствуй - до свидания» (например, соседи по дому) или контакты в социальных сетях, или с коллегами по работе и т. д.

2. Отличия «сильных связей» от «слабых» в том, что вторые не замкнуты узким кругом родственников и близких друзей; образуется больше контактов с незнакомыми для узкого круга людьми, здесь больше возможностей для получения новой информации.

3. Масштабы и скорость передачи информации и получения новых возможностей по «слабым связям» гораздо выше, чем по «сильным».

Таким образом, с точки зрения индивида «слабые связи» оказываются важным источником возможной мобильности [2, с. 43].

Ряд учёных анализирует современный социум с использованием категории «социальное время». Данное понятие по П. А. Сорокину, Р. К. Мертону характеризует время коллективной жизнедеятельности и предлагает особое измерение деятельности членов общества [3]. Авторы отмечают, что социальное время, в отличие от астрономического «обладает качествами, а не только количеством; эти качества производны от верований и обычаев группы, они также служат обнаружению ритмов, пульсаций, биений обществ, в которых найдены» [3, с. 116]. Пример социального времени: один семестр, время Великого поста, время правления императоров и патриархов, доперестроечные времена и т. д. Социальное время определяется последовательностью не часов, суток или лет, а яркими социальными событиями, «референтными точками», на формирование которых в сознании людей сегодня огромное влияние оказывают СМИ.

Например, 1998 год отражён в сознании общества как год финансово-экономического кризиса - дефолта. Или 2011 г. «год катастроф», в котором «наивысшие места в событийном рейтинге СМИ заняла в основном информация негативной окраски. В прошлом году четвертая власть предлагала обществу по большей части сюжеты, связанные с катастрофами, ЧП и самыми различными сбоями в тех или иных сферах» [4].

Применив данные научные подходы к анализу современного состояния студенческого сообщества вузов, можно увидеть слабые места в организации воспитательной работы и наметить пути их корректировки. Необходимо тщательно отслеживать (с помощью тестирования, мониторинга социальных сетей, работы психологов, социальных педагогов, сотрудников внеучебных центров, кураторов и тьюторов учебных групп) внутренний «климат» в студенческих коллективах, а также принимать профилактические, превентивные меры.

Из опыта работы Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова в этом направлении можно отметить внедрённое с 2019 года и проводимое ежегодно для студентов I-х курсов создание «психологического портрета группы». С помощью развёрнутого тестирования, бесед с родителями и студентами, - создаётся «портрет» состояния коллективов учебных групп, который анализируется специалистами для выработки разных стратегий воспитательной работы. Таким образом достигается учёт интересов обучающихся, «тропность» мер воздействия на негативные проявления и в целом, результативность воспитательной составляющей учебного процесса в вузе.

Список литературы:

1. Бауман Зугмунт. Текущая современность. Пер. с англ. С. А. Комаров – СПб : Питер, 2008. – 240 с. ISBN 978-5-469-00034-1 (В пер.)
2. Грановеттер, М. Сила слабых связей // Экономическая социология. Т. 10, № 4. Сентябрь, 2009. - С. 31-50.

3. Сорокин, П. А. Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // П. А. Сорокин, Р. К. Мертон. СОЦИС, 2004, № 6. - С. 112-119.

4. Независимая газета, 2012. 24 янв. URL: http://www.ng.ru/ng_politics/2012-01-24/9_total_recabl.html

Дюкина Татьяна Олеговна

кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургского государственного университета,

г. Санкт-Петербург

Терентьева Татьяна Олеговна

кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургского государственного университета,

г. Санкт-Петербург

Липатова Валентина Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургского государственного университета,

г. Санкт-Петербург

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ: ВЗГЛЯД ОБУЧАЮЩИХСЯ

Аннотация: в исследовании обобщены результаты, полученные в ходе опроса обучающихся бакалавриата, проведённого по итогам изучения дисциплины «Бухгалтерский учёт» на экономическом факультете СПбГУ в весеннем семестре 2021-2022 учебного года. Сформулированы выводы об основных преимуществах и недостатках дистанционного обучения для лекционных и практических занятий. Выработаны рекомендации для успешной реализации аналогичных предметов в дистанционном формате. Рекомендации могут быть полезны как в основном, так и дополнительном образовании, а также при разработке онлайн-курсов.

Ключевые слова: вуз, образование, очное обучение, дистанционное обучение.

DISTANCE LEARNING AT UNIVERSITY: STUDENTS' VIEW

Abstract: the study summarizes the results obtained during a survey of undergraduate students conducted as a result of studying the discipline "Accounting" at the Faculty of Economics of St. Petersburg State University in the spring semester of 2021-22 academic year. Conclusions are formulated about the main advantages and disadvantages of distance learning for lectures and practical classes. Recommendations have been developed for the successful implementation of such subjects in a remote format. Recommendations can be useful both in basic and additional education, as well as in the development of online courses.

Key words: university, education, full-time education, distance learning.

В период возврата к традиционному очному обучению в высшем учебном заведении наш опыт экстренного перехода и освоения дистанционного обучения на волне пандемии коронавируса требует своего переосмысления. На данную тему было много дискуссий, и главным образом, они касались взглядов преподавательского сообщества на различные проблемы [1-5, 8, 12]. Достоинства и недостатки, удобства и сложности дистанта оценивались не абстрактно в академических кабинетах, а ощущались большинством коллег на своем опыте [6, 7, 10]. При этом следует признать, что очень важно прислушаться к мнению второй стороны диалога, которая находится по другую сторону экрана монитора: о чём думают и переживают учащиеся, как они адаптировались к онлайн-обучению [3, 9]. Наша работа дополняет указанные обсуждения коллег по цеху, выражающих также озабоченность качеством подготовки бухгалтерских кадров [11], и, полагаем, что полученные результаты будут полезны всем заинтересованным в дистанционном обучении сторонам.

В настоящем исследовании обучающимся на бакалавриате экономического факультета СПбГУ по окончании весеннего семестра 2021-2022 учебного года после прочтения дисциплины «Бухгалтерский учёт», было предложено описать в свободной форме, в чём заключаются преимущества и недостатки дистанционного формата обучения, что помогает или мешает воспринимать информацию на дистанционных занятиях, чем должны отличаться лекционные и практические занятия в дистанционном формате; поделиться тем, какие приёмы, технологии, методики, с которыми они были ознакомлены на дистанционных занятиях, понравились, или, наоборот, не понравились, а также объяснить причину последнего. Опрос прошли 57 студентов-бакалавров экономического факультета СПбГУ из 196-ти обучающихся на потоке.

Результаты, полученные в ходе этого опроса, были сгруппированы, сведены и проанализированы. Характеризуя в целом результаты, следует

отметить, что обучающиеся выявили в два раза больше преимуществ (22 пункта), чем недостатков (12 пунктов). Отметим преимущества и недостатки, имеющие наибольший удельный вес в их структуре.

Преимущество дистанционного формата обучения, которое отметили наибольшее количество респондентов (65 %) – это экономия времени, которое студенты тратят при очном обучении на дорогу в университет. Далее по популярности (58 %) следует возможность просмотра видеозаписей занятий в удобное время, гибкий график усвоения материала. Третье место по значимости (по 47,4 %) разделили следующие преимущества: возможность восстановления в ходе повторного просмотра пропущенных или сложных моментов и удобство использования применяемых платформ для записывания в тетради лекционного/практического занятия. Четвёртое место (по 38,6 %) респонденты отдали таким преимуществам дистанционного формата обучения, как возможность видеозаписи занятий и то, что в дистанте проще сосредоточиться, легче воспринимать информацию (поскольку не отвлекают одноклассники). По 31,6 % респондентов отметили также возможность выбора удобного места для учёбы и возможность иногородним студентам находиться во время занятий дома; а также совместную работу всех обучающихся в общих файлах.

В качестве наиболее существенных недостатков дистанционного формата обучения, на которые указало наибольшее количество респондентов (по 36,8 %) выступили следующие: сложность с самоорганизацией, возможность легко и незаметно для преподавателя отвлекаться от занятий; а также отсутствие личного контакта с преподавателем и одноклассниками. Далее по популярности (31,6 % респондентов) отметили недостаток времени для общения с одноклассниками и преподавателями. И только на третьем месте по значимости (29,8 %) оказались возможные проблемы с интернетом и технические сбои программ.

На основании анализа результатов проведённого опроса были выработаны с целью успешной реализации аналогичных предметов в дистанционном формате для себя и своих коллег следующие рекомендации:

- для более успешного восприятия информации и усиления мотивации на занятиях следует применять работу в группах, а также в общих групповых файлах;

- на практических занятиях обучающимся следует рекомендовать включение видеокамер и осуществление взаимодействия аналогично очному формату;

- семинары в онлайн-обучении должны включать в себя больше взаимодействия между студентами;

- для выполнения практических задач обучающихся следует делить на небольшие по численности группы (5-6 человек);

- в дистанционном формате должно быть больше элементов интерактивности по сравнению с очным форматом для вовлечения студентов в процесс обучения и освобождения их от искушения отвлечься лишним раз на любые раздражители в домашней обстановке;

- практические занятия должны быть направлены на получение практических знаний путём решения реальных кейсов или проведения деловых игр;

- желательно применение дополнительных программных продуктов, например, Kahoot, где множество учащихся может соревноваться друг с другом онлайн, решая вопросы по теме лекции, практического или семинарского занятия.

Полагаем, что в нашем исследовании ставить точку пока рано. Во-первых, потому что появилась возможность изучить мнение этих же студентов, которые с нового учебного года обучаются уже в очном режиме. Во-вторых, потому, что полученный опыт и приобретенные навыки работы с аудиторией в дистанционном формате сегодня остаются довольно востребованными в сфере дополнительного профессионального образования.

Список литературы:

1. Болотов, А. М. Роль дистанционных образовательных технологий в очном обучении вуза // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIII Международной

научно-методической конференции (Пермь, 30 марта - 20 апреля 2021 г.). / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – Пермь. Изд-во: «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 19-24.

2. Гордеев, А. Е. Об использовании дистанционного электронного обучения в учебном процессе // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIV Международной научно-методической конференции (Пермь, 20 марта – 29 апреля 2022 г.). / А. Е. Гордеев, Е. М. Долгополов. Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. - С. 61-66.

3. Гордеева, Е. В. Внедрение элементов дистанционного обучения в вузах // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIII Международной научно-методической конференции (Пермь, 30 марта – 20 апреля 2021 г.). / Е. В. Гордеева, М. Н. Лунёва. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – Пермь. Изд-во: «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 52-56 (ссылки на мнение студентов).

4. Гулая, Т. М. Проблемы адаптации системы российского высшего образования к изменению формата обучения в период пандемии // Т. М. Гулая, С. А. Романова. Современное педагогическое образование, 2021. - № 2. – С. 101-103.

5. Дистанционное обучение в период пандемии: Учимся учиться по-новому / В. Г. Герасимова, М. Р. Меламуд, Ю. Д. Романова, Д. Р. Тутаева // Цифровизация общества: состояние, проблемы, перспективы: Материалы VIII ежегодной всероссийской научно-практической конференции, Москва, 03 июня 2021 года. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 84-91.

6. Ендовицкий, Д. А. и др. Дистанционное обучение - дисбаланс возможностей и угроз // Высшее образование в России, 2022. – Т. 31. – № 1. – С. 89-97.

7. Лядова, И. И. Достоинства и недостатки дистанционного обучения и цифровизации образования в России // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIV Международной научно-методической конференции (Пермь, 20 марта – 29 апреля 2022 г.). / И. И. Лядова, С. Б. Югова. Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – С. 84-88.

8. Никуличева, Н. В. Педагогическая система дистанционного учебного процесса на примере вуза // Образовательные технологии, 2021. - № 4. - С. 49-68.

9. Орлова, Л. Г. Психолого-педагогические аспекты отношения студентов к дистанционному обучению // Л. Г. Орлова, Е. С. Корнилова, И. В. Глотова. Проблемы современного педагогического образования, 2022. – № 75-4. – С. 207-210.

10. Петрова, Л. Н. Плюсы и минусы дистанционного обучения в вузах России в условиях пандемии COVID-19 // Педагогическое образование в России, 2022. - № 3. - С. 128-134.

11. Саполгина, Л. А. Пути формирования профессиональных компетенций в преподавании дисциплины «Бухгалтерский учёт» // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIV Международной научно-методической конференции (Пермь, 20 марта – 29 апреля 2022 г.). / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. - С. 143-149.

12. Сиваков, В. В. Повышение эффективности обучения в вузе // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIV Международной научно-методической конференции (Пермь, 20 марта – 29 апреля 2022 г.) / В. В. Сиваков, А. Н. Заикин. Под ред. Е. В. Гордеевой. - Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. - С. 150-154.

Рязанов Иван Владимирович

кандидат философских наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

Женина Лариса Викторовна

кандидат исторических наук, доцент

Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета, г. Пермь

ПРОЕКТ «НАРОДНАЯ ЛЕТОПИСЬ ПОБЕДЫ» И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ФОРМИРОВАНИИ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация: в статье рассмотрены результаты работы преподавателей и студентов Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова в проекте «Народная летопись Победы», организуемым ПермГАСПИ. Представлена эмпирическая база проекта, собранная на протяжении 2020-2022 гг. и получившая социологическое обоснование. На основании полученных данных делается вывод о значении проекта «Народная летопись Победы» для формирования духовно-нравственных ценностей современной молодёжи.

Ключевые слова: проект, патриотизм, историческая память, Великая Отечественная война.

THE PROJECT «NATIONAL CHRONICLE OF VICTORY» AND ITS SIGNIFICANCE IN THE FORMATION OF SPIRITUAL AND MORAL VALUES OF MODERN YOUTH

Abstract: the article considers the results of the work of teachers and students

of the Perm Institute (branch) named after G.V. Plekhanov in the project «National Chronicle of Victory». The empirical base of the project, collected during 2020-2022 and received a sociological justification, is presented. Based on the data obtained, the conclusion is made about the importance of the project «National Chronicle of Victory» for the formation of spiritual and moral values of modern youth.

Keywords: project, patriotism, historical memory, the Great Patriotic War.

На современном этапе развития российского общества исключительное значение имеют проекты, связанные с формированием чувства гражданственности и патриотизма у современной молодёжи. В процессе воспитания и формирования гражданских и патриотических качеств у студентов мы часто сталкиваемся с кругом определённых проблем: поколение, воспитанное посредством информационных технологий часто не воспринимает традиционные идеологические формы воздействия, предлагаемые административным путём. В качестве примера обратим внимание на тот факт, что патриотизм приобретает, как правило, монументальные, этатические, идеологические формы воздействия на чувства и сознание молодёжи, и такой «патриотизм» часто подменяет собой патриотизм малых действий. Вместе с тем необходимо отметить, что в структуру любой большой формы входят элементы более низкого уровня и порядка, тем не менее, именно они, со структурно-феноменологической точки зрения определяют природный субстрат явления.

Рационализируемые формы чувства патриотизма, предлагаемые современной молодёжи посредством монументальных и имперских идеологем, не достигают своей цели. Одной из причин этого является то, что явление, по сути, в своих больших монументальных формах теряет живую связь с актуальным настоящим, теряет лично-значимые черты. Чувство переживаемой связи с живым актуальным и настоящим - это историческая память, которая по замечанию известного французского историка П. Нора в силу своей «чувственной и магической» природы нуждается в символических воспоминаниях [5].

Историческая память в качестве модального конструкта в методологических подходах, отечественных и зарубежных учёных, имеет

различное содержательное наполнение, часто объединяемое идеей междисциплинарного синтеза социально-гуманитарного знания.

В мировоззренческом и философском смысле историческая память рассматривается в феноменологическом аспекте как свойственная природе человека способность к забвению и припоминанию. Рассматривается она и в качестве структурного элемента исторической эпистемологии, проводящей аналогию между изменениями индивидуальной и коллективной памятью всего общества. В герменевтическом смысле относительно феноменологии памяти крупнейший французский мыслитель XX века П. Рикёр в фундаментальном сочинении «Память, История, Забвение» ставил два вопроса «О чём мы вспоминаем?» и «Кому принадлежит память?» [3, с. 21].

В антропологическом аспекте историческая память - это основание жизненной повседневности человека, связанная с его представлениями и потребностями. Она часто приводит человека к вопросам о смысле и бессмысленности человеческого существования, о разуме и неразумии, о свободе современного человека живущего в эпоху исторических преобразований, качественно изменяющих его социальное существование. В любом случае, историческая память связывает различные поколения во времени как актуальный феномен «живого настоящего».

Широко распространённый постулат о том, что формирование духовно-нравственных ценностей современной молодёжи невозможно без обращения к исторической памяти, указывает на историческую память как основу жизненной повседневности разных поколений. В процессе образования и воспитания историческая память начинает выступать как учебная повседневность, связанная с полидисциплинарным характером исследовательских практик. Укажем на её тесную связь с такими предметными областями как социология повседневности, история повседневности, историческая психология, визуальная антропология [4].

Включение современной молодёжи в осуществление проектов, способствующих формированию исторической памяти и патриотическому

воспитанию, является важным началом «малых действий», приданию личностных смыслов о прошлом, в том числе и о событиях Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

В высших и средних учебных заведениях проводятся разнообразные мероприятия, направленные против фальсификации событий Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. и на формирование у молодёжи исторической памяти о героическом прошлом. Практики организации и проведения различных форм и мероприятий по патриотическому воспитанию молодёжи включают в себя: проведение встреч с ветеранами фронта и тыла, детьми войны, создание документальных и художественных фильмов, формирование архивных фондов, организация различных выставок и экспозиций и участие в проектах. Студенты и преподаватели Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова приняли участие в патриотическом проекте «Народная летопись Победы».

Проект «Народная летопись Победы» - это крупная общественная акция, инициируемая Пермским государственным архивом социально-политической истории [2]. В рамках этого проекта собрана не официальная, а живая - народная фотолетопись Великой Отечественной войны: с помощью старых фотографий, привезённых или присланных солдатами с фронта, или сделанных в тылу - на заводах, в колхозах, учреждениях и госпиталях. Больше внимание в проекте уделено сбору материалов, отражающих жизнь военного времени, содержащих приметы той эпохи и передающих атмосферу военных лет; также фотографии, за которыми стоят живые человеческие истории, эпизоды военных будней и сплетённые с войной фрагменты судеб. Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова сотрудничает с Пермским государственным архивом социально-политической истории на основании соглашения, подписанного 30 января 2019 года. В рамках проекта студентами и преподавателями университета было собрано 129 биографических справок, в которых прикреплялись письма, фотографии, награды, архивные записи. Из этих материалов 116 предоставили студенты университета, 10 студенты

техникума, 3 преподаватели. По собранным материалам составлена таблица, которая даёт социологическое представление о проекте.

Таблица 1

Социальный профиль эмпирической базы проекта
«Народная летопись Победы»*

Возрастная категория	Участники военных действий	Работники промышленных предприятий	Работники сельского хозяйства	Работники образования и медицины
Взрослые	110	11	9	7
Дети	-	2	4	-

* материалы представлены студентами и преподавателями Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова

Из биографических справок, представленных в проект «Народная летопись Победы», насчитывается 137 человек, в том числе участники боевых действий, работники промышленных предприятий, сельского хозяйства, занятые в годы войны в организациях здравоохранения и образования. По возрастным характеристикам, представлены биографии тех, кто в годы войны был уже взрослым человеком и тех, кто встретил войну в возрасте от 10 до 16, единицы уходили на фронт досрочно в возрасте 17 лет. Большинство тех, кто встретил войну в возрасте 10-16 лет, начинали работать в сфере сельского хозяйства. Работниками промышленных предприятий в большей степени являлись взрослые, однако, в гораздо меньшей степени встречаются и подростки. Среди взрослых на промышленных предприятиях работали те, кто не мог идти на фронт, в силу того, что имели «бронь» либо те, кто после ранений были комиссованы и отправлены домой. Обращает на себя внимание такая категория как работники медицины, из биографических справок и представленных документов мы видим, что они участвовали в военных действиях. Поскольку некоторые из них работали в эвакогоспиталях, а другие находились непосредственно в полевых госпиталях, связанными с воинскими частями, принимавшими участие в боевых действиях.

Студентами и преподавателями Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова было собрано множество фотографий наградных

листов, самих орденов, медалей, званий, описаний боевых подвигов, историй из уст свидетелей войны. Среди представленных документов можно увидеть фотографии военного времени, письма «треуголки», которые в свое время давали людям надежду и веру на счастливую жизнь. Некоторые материалы, собранные студентами Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова использованы и опубликованы в виде эссе и научных статей [1].

Таким образом, проект «Народная летопись Победы», отражая героическую историю событий Великой Отечественной войны 1941-1945 гг., вносит существенный вклад в формирование духовно-нравственных ценностей современной молодёжи.

Список литературы:

1. Мы помним... Книга воспоминаний и размышлений поколений. Том 2. Мы помним ту страну, в которой жили / под ред. Ю. М. Осипова, Л. И. Ростовцевой. – Тула : Аквариус, 2020. - 678 с.: ил
2. Народная летопись Великой войны 1941-1945 гг. URL: <https://www.permgaspi.ru>.
3. Рикёр, П. Память, история, забвение / Пер. с франц. – М.: Издательство гуманитарной литературы, 2004. - 728 с.
4. Рязанов, И. В., Женина, Л. В. Проблемы формирования исторического сознания и исторической памяти как фактор обеспечения национальной безопасности // Вестник Прикамского социального института, 2021. № 2 (89). - С. 177-182.
5. Франция-память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. - СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. - С. 17-50.

Толпышев Григорий Валерьевич

кандидат экономических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

Долгополов Евгений Михайлович

кандидат военных наук, доцент, заведующий кафедрой

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

РОЛЬ ДОСТУПНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ АНТИКОРРУПЦИОННОГО СОЗНАНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Аннотация: в статье представлены основные проблемы современной идеологии и их связь с формированием антикоррупционного сознания граждан, в частности обучающихся. Определены факторы, влияющие на антикоррупционную составляющую идеологического воспитания и необходимость её совершенствования в образовательной сфере и в обществе.

Ключевые слова: идея, идеология, преступления, коррупция, образование.

THE ROLE OF ACCESSIBILITY OF ECONOMIC EDUCATIONAL IN THE OF FORMATION OF ANICORRUPTION CONSCIOUSNESS OF STUDENTS

Abstract: the article presents the main, problems of modern ideology and their connection with the formations of the anticorruption consciousness of citizens, in particular students. The factors influencing the anticorruption component of ideological education and the need to improve it in the educational sphere and in society are determined.

Key words: national idea, ideology, crime, corruption, education

Проведение специальной военной операции на территории Украины показало, что часть российского народа различных национальностей не в состоянии принять её и поддержать. При этом подавляющее большинство этого сегмента люди, имеющие высшее образование, артисты театра и кино, значимые музыканты, преподавательский состав вузов, колледжей и школ. На наш взгляд, первопричиной недопонимания, а в некоторых случаях прямой измены национальным интересам России, служит отсутствие в стране и в системе образования объединяющей идеи, составляющей которой должно быть соблюдение антикоррупционных мер.

Конституция Российской Федерации в статье 13 определяет, что:

- в Российской Федерации признаётся идеологическое многообразие;
- никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной [1].

Тезис об отсутствии идеологии в нашей стране не полностью соответствует действительности. Идеология есть, но, к сожалению, не в полной мере противостоит у неокрепших сознанием молодых людей отсутствию патриотизма, тяге получить «всё и сразу», определённому нигилизму,

неподчинению закону, пристрастию к алкоголизму и наркомании. Источниками данной идеологии, по нашему мнению, выступают:

- на бытовом уровне - это заполонившие культурное пространство фильмы объединённого Запада с пропагандой половой распущенности, мнимой толерантностью и нетерпимостью к другим формам коллективного существования;

- в системе образования - исключение из образовательных программ информации о ряде значимых фактов истории нашей страны, которые способны вести к консолидации общественного сознания;

- в научной сфере - формирование системной идеологии, при которой отсутствует ответственность за свою деятельность. Например, публикации в авторитетных журналах статей, несущих информацию, которая противоречит нашему образу жизни, или денежные поборы отдельных преподавателей и научных консультантов государственных вузов считающих, что государство недооценило их труд на финансовом уровне.

Нельзя не согласиться с Президентом Владимиром Путиным, который считает, что для России не может быть никакой другой объединяющей идеи, кроме патриотизма. «Это и есть национальная идея», - заявил глава государства [4].

В то же время В. И. Якунин в своей статье поддерживает высказывание В. В. Путина: «Следствием отсутствия государственной идеологии является и отсутствие закреплённой на конституционном уровне коллективной самоидентификации российского населения» [7].

В данном случае считаем возможным ставить знак равенства между национальной идеей и идеологией. На основе идеологии необходимо строить многоуровневый воспитательный и образовательный процесс в Российской Федерации, включающий общее образование, профессиональное образование, дополнительное образование и профессиональное обучение.

Для каждого уровня требуется своя программа идеологического воспитания, структура и людские ресурсы, которые будут обеспечивать этот

процесс. Основы для данной базификации заложены в Указе Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации». В ст. 33: «Достижение целей государственной политики в сфере сбережения народа России и развития человеческого потенциала» данные цели обеспечиваются путём решения следующих задач:

- предоставление гражданам широких возможностей для получения среднего профессионального и высшего образования, профессиональной подготовки и переподготовки на протяжении всей жизни в соответствии с потребностями рынка труда;

- обучение и воспитание детей и молодёжи на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей [2].

Фундаментом для предоставления широких возможностей развития антикоррупционного сознания обучающихся является получение экономического образования в средних и высших учебных заведениях.

Необходимость этого обусловлена данными Генеральной прокуратуры о выявлении и расследовании преступлений против государственной власти. Так, в первой половине 2021 года выявлено 35 256 правонарушений вышеуказанной направленности (рисунок 1).

Наказание за преступления коррупционной направленности должно носить неотвратимый характер.

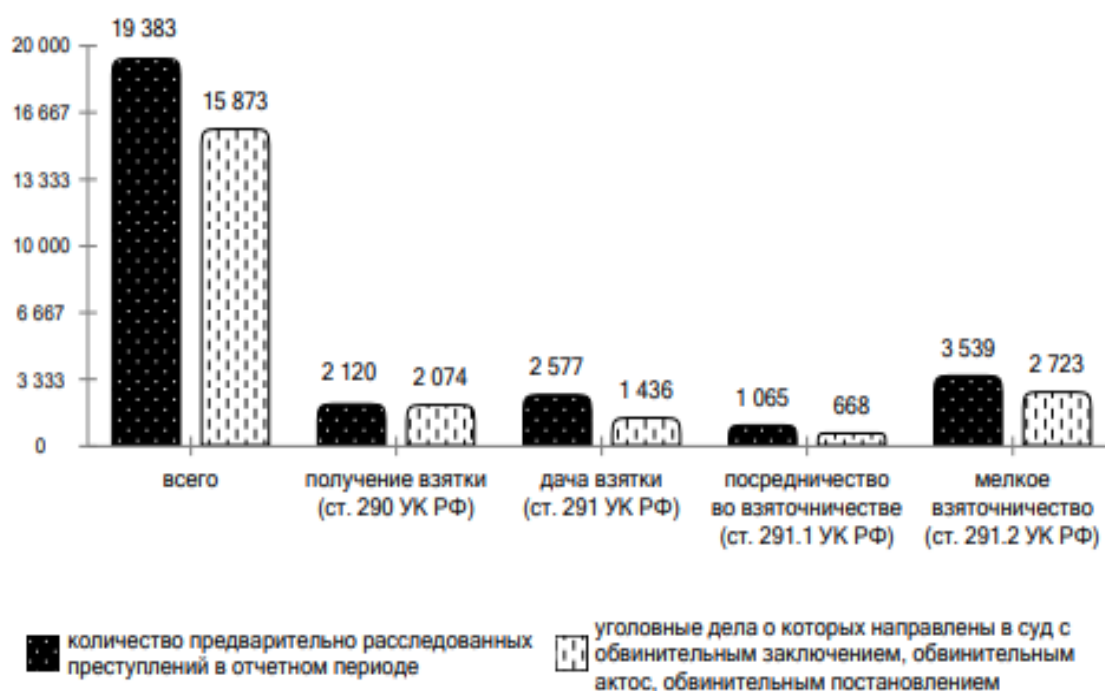


Рисунок 1 - Статистика преступлений коррупционной направленности [8]

Выявление и расследование противоправных действий обязаны проводить высококвалифицированные сотрудники фискальных органов. Подготовка и переподготовка кадров по формированию и развитию профессиональных компетенций антикоррупционной направленности должна осуществляться на базе государственных учебных заведений профессорско-преподавательским составом с определённым уровнем теоретических и практических знаний и умений.

Со стороны государства необходим запрос на подготовленных выпускников средних и высших учебных заведений с последующим предоставлением рабочих мест в фискальных органах. Вместе с тем, наблюдается противоречие между финансовой доступностью получения экономического образования и необходимостью вузов получить дополнительный доход за счёт преподавания экономических дисциплин с антикоррупционной направленностью, стоимость обучения по которым представлена в диаграмме на рисунке 2.

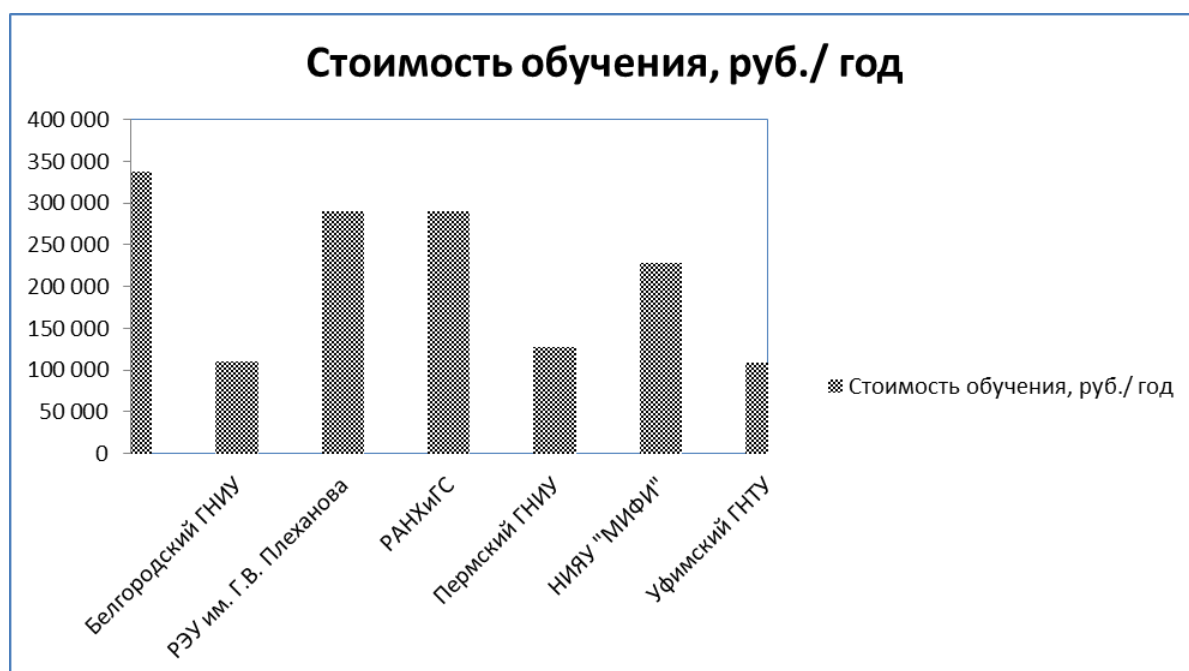


Рисунок 2 - Стоимость обучения в вузах, осуществляющих преподавание экономических дисциплин с антикоррупционной направленностью [3]

Анализ образовательной деятельности пятнадцати исследованных вузов показал, что только в пяти из них предусмотрены бюджетные места. Стоимость обучения составляет на 2020 год от 105 129 рублей (Юго-Западный государственный университет) до 338 000 рублей (Российский государственный университет нефти и газа им. И. М. Губкина).

Результаты проведённого анализа позволяют сформулировать некоторые выводы и предложения.

1. Усилить воспитательную работу с обучающимися учебных заведений по вопросам антикоррупционной политики с привлечением сотрудников правоохранительных и других фискальных органов.

2. Совершенствовать методику преподавания экономических и управленческих дисциплин с использованием на занятиях новых информационных технологий, активных и интерактивных методов обучения [5, 6].

3. Рекомендовать фискальным органам направлять предложения на замещение вакантных должностей выпускниками вузов, прошедших обучение по экономическим дисциплинам антикоррупционной направленности.

4. Инициировать с помощью депутатского корпуса изменения в законодательные акты федерального, регионального и местного уровня, направленные на формирование антикоррупционного сознания.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://pfr.gov.ru/order/konstituciya/> (дата обращения: 22.09.2022).

2. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/104911/> (дата обращения: 22.09.2022).

3. Вузы России со специальностью экономическая безопасность - 38.05.01 [Электронный ресурс]. URL: <https://vuzoteka.ru> (дата обращения: 22.09.2022).

4. Выступление Президента России Путина В. В. перед активом НП «Клуб лидеров по продвижению инициатив бизнеса», 3 февраля 2016 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/politics/03/02/2016/56b1f8a79a7> (дата обращения: 25.09.2022).

5. Вологжанин, О. Ю. Информационные технологии в образовании и науке // О. Ю. Вологжанин, В. В. Ильин, Е. М. Долгополов. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2019. - С. 269-273.

6. Гордеев, А. Е. Использование деловой игры для формирования и развития у студентов-менеджеров профессиональных компетенций, связанных с мотивированием и стимулированием сотрудников // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы IX Международной заочной научно-методической конференции. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. - С. 180-185.

7. Якунин, В. И. Государственная идеология и национальная идея: конституционно-ценностный подход // Власть, 2007. № 3.

8. Статистика преступлений коррупционной направленности (июль 2021). Опубликовано на сайте правовой статистики Генпрокуратуры РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://crimestat.ru/analytics> (дата обращения: 25.09.2022).

Шушарин Валерий Фёдорович
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь
Вышенский Михаил Юрьевич
кандидат технических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: статья посвящена выявлению сущности воспитательного компонента в экономическом образовании. Отмечается, что образование в вузе предполагает формирование экономического мышления будущего специалиста. Использование методов интерактивного обучения требует от студента проявления личностного отношения к мировоззренческим и моральным принципам.

Ключевые слова: экономическое образование, интерактивное обучение, формирование личности студента.

EDUCATIONAL COMPONENT IN ECONOMIC EDUCATION

Abstract: the article is devoted to the identification of the essence of the educational component in economic education. It is noted that education at the university involves the formation of economic thinking of the future specialist. The use of interactive learning methods requires the student to show a personal attitude to ideological and moral principles.

Key words: economic education, interactive learning, formation of the student's personality.

В 90-е годы прошлого века в связи с переходом нашей страны к рыночной экономике, новому общественному устройству парадигма образования подверглась резкой критике. Отметим, что сфера образования всегда находится в центре социального переустройства общества, здесь чётко прослеживаются изменения экономических и нравственных приоритетов молодёжи.

Советская система образования и воспитания студенческой молодёжи была во многом разрушена, а целевая ориентация высшего образования была сужена до решения задачи профессионального формирования личности бакалавра. Вместе с тем западные модели социализации студентов в вузе

отличаются, на наш взгляд, ярко выраженной индивидуалистической направленностью, что в значительной степени противоречит традиционным особенностям российского менталитета.

Процесс перехода России к новому типу экономических отношений повлиял на социальные ориентиры молодёжи. Существенную часть молодёжи, в том числе студенческой, охватили чрезмерный прагматизм, нигилизм и безразличие к духовным ценностям общества. Студенчество, как наиболее образованная и социально активная часть молодёжи, особенно остро ощущает происходящие перемены в обществе. Поэтому переоценка ценностей, неизбежная в условиях изменения сложившихся устоев жизни россиян, быстрее всего проявляется в сознании молодёжи.

Одной из целей национального проекта Российской Федерации «Образование» провозглашается воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на базе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций [1].

Образование должно включать не только знания и навыки, но и духовные, моральные ценности, которые формируют личность гражданина, объединяют общество. Так, в законе о воспитательной составляющей образования собственно воспитание «определяется как деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства...» [2]. В России закрепляется принцип единой системы воспитания и образования, на государство возлагается обязанность создавать условия, способствующие воспитанию в детях патриотизма, гражданственности и уважения к старшим.

В современных условиях предполагается, что система воспитания студенчества в вузах должна быть многоуровневой, то есть у студентов в ходе обучения формируются гуманистические, социокультурные и экологические

ценности при наличии в вузе современной гуманитарной среды, которая соответствовала бы требованиям XXI века.

Достижение воспитательного эффекта в вузе связано, в первую очередь, с изучением гуманитарных и социально-экономических дисциплин. Эти дисциплины преподаются в рамках федерального компонента государственных образовательных стандартов высшего образования по направлениям бакалавриата.

В учебном процессе вуза виды воспитания реализуются комплексно. Только при условии овладения теоретическими основами гуманитарных и социально-экономических дисциплин можно рассчитывать на формирование у студента личностных и профессиональных качеств: современного научного мировоззрения, патриотических убеждений, гражданской позиции, нравственного сознания, общей культуры. В настоящее время в преподавании гуманитарных и социально-экономических дисциплин, наряду с традиционными методами проведения лекционных и практических занятий, мы используем игровые и дискуссионные методы интерактивного обучения, обеспечивающие расширение самостоятельного социокультурного опыта студентов. Применение интерактивных и дистанционных методов обучения [4] в преподавании социально-экономических дисциплин требует от обучающихся проявления личностного отношения к мировоззренческим и моральным принципам. В студенческой среде, таким образом, происходит выработка системы нравственных взглядов и убеждений, которые становятся принципами, мотивами поведения студентов.

Экономическое образование личности в вузе предполагает выработку научного представления о закономерностях развития экономики, формирование экономического мышления и проявление творческой инициативы будущего специалиста в реальной жизни. Экономическое мышление - это способность личности к осмыслению экономических явлений и процессов в стране с учётом современных достижений научно-технического прогресса. Экономическое

мышление специалиста служит предпосылкой творческого подхода к решению экономических задач.

Формирование экономического мышления начинается с детских лет. Детей учат ориентироваться в рекламе; уважать людей, работающих в бизнесе; не завидовать покупкам сверстников; рационально расходовать свои карманные деньги, рассчитывая на возможности семьи.

Экономическое образование, которое начинается со школы, играет важную роль в сохранении и передаче культурного опыта развития экономики с учётом российской национальной культурной парадигмы. Посредством экономического образования обогащается экономический опыт россиян, в том числе благодаря внедрению в нашей стране лучших отечественных технологий бизнеса.

Вместе с тем, по мнению Романовой М. Ю., современное содержание экономического образования недостаточно точно отражает культурные традиции российского народа и особенности национальной модели экономического поведения россиян, способствующие мировоззренческому самоопределению молодёжи, формированию ценностных ориентаций, интеллектуальной и нравственной культуры, патриотическому воспитанию [3].

Воспитательный компонент экономического образования, как мы полагаем, является одним из важных компонентов, наряду с трудовым и нравственным компонентами образования. Принцип сочетания обучения с воспитанием проверен общественной практикой. Поскольку общество всегда вооружено определённой идеологией, то оно предъявляет справедливые требования к тому, каким хочет видеть молодое поколение.

Итак, процесс становления качественной системы воспитания, в том числе в экономическом высшем образовании, по нашему мнению, противоречив и сталкивается с трудностями, так как подготовка интеллигентных, духовно богатых, высококвалифицированных специалистов особенно сложна в условиях санкций со стороны зарубежных государств.

Несомненно, что даже самые совершенные технологии не заменят лучших человеческих качеств, в развитии которых вуз поможет молодому человеку.

Список литературы:

1. Национальный проект «Образование» 2019–2024, паспорт, цели и задачи [Электронный ресурс]. URL: <https://strategy24.ru/rf/education/projects/natsionalnuu-proekt-obrazovanie> (дата обращения: 07.09.2022).

2. Обзорная статья «Принят закон Президента РФ о воспитательной составляющей образования» [Электронный ресурс]. URL: <https://news.rambler.ru/education/44547513-prinyat-zakon-prezidenta-rf-o-vozpitatelnoy-sostavlyayuschey-obrazovaniya/> (дата обращения: 07.09.2022).

3. Романова, М. Ю. Воспитательный потенциал освоения российского культурного опыта хозяйственной деятельности в школьном экономическом образовании // Проблемы современного образования, 2014. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pmedu.ru> (дата обращения: 07.09.2022).

4. Гордеев, А. Е., Долгополов, Е. М. Об использовании дистанционного электронного обучения в учебном процессе. В сборнике: Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе. Материалы XIV Международной научно-методической конференции, 2022. - С. 61-66.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ I. СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. **Вострова А. П., Киреева М. М., Смирнова А. Н.** Становление и перспективы развития инновационного предпринимательства в России..... 3
2. **Гурская С. П., Михарева В. А.** Развитие предпринимательства в республике Беларусь..... 8
3. **Желиба Б. Н.** Влияние санкций на внешнеэкономическую деятельность Беларуси..... 12
4. **Зокирова Н. К., Ашурзода Л. М.** Институциональная поддержка внешней трудовой миграции в Узбекистане..... 19
5. **Золотова Л. В., Портнова Л. В.** Тенденции развития малого бизнеса в Оренбургской области в условиях современных вызовов..... 25
6. **Кумарбекова З.** Зачем нужен бренд работодателя компании? 29
7. **Лаптева Е. В.** Основные показатели финансового состояния малых и средних предприятий России..... 33
8. **Лядова И. И.** Особенности предпринимательской деятельности в современных экономических условиях..... 39
9. **Майорова Е. А., Никишин А. Ф.** Методические подходы к оценке качества торгового обслуживания в интернет-торговле..... 45
10. **Пономарёв А. А.** Формирование организационно-экономического механизма управления системой государственных закупок..... 51
11. **Силин А. В.** Функционально-стоимостной анализ работ и уровня сервиса на предприятии..... 55
12. **Чеглов В. П.** Управление нематериальными активами и ресурсами как ответ на современные вызовы экономики..... 63
13. **Ширинкин К. В.** Особенности развития современной модели рынка консалтинговых услуг..... 70

СЕКЦИЯ II. РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РФ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

1. **Андреев А. А.** Анализ современного рынка маркетплейсов в России. 74
2. **Глодных Н. М.** Институциональные изменения российской торговли..... 78
3. **Захарова С. В.** Направление развития внешней торговли России..... 85

4.	Калиниченко М. П., Максимова М. С. Преимущества и недостатки технологической миграции для ERP-систем.....	91
5.	Козлов В. С. Меры таможенно-тарифного регулирования в рамках единого экономического пространства и их правовое обеспечение....	98
6.	Красильникова Е. А. Развитие электронной торговли в России через призму роста показателей маркетплейсов.....	103
7.	Любягина О. А., Аслямова С. Р. Импортозамещение в республике Татарстан в условиях международной нестабильности.....	109
8.	Оборин М. С. Концептуальные направления развития экспорта агропродовольственных товаров России.....	112
9.	Таскаева А. А. Импортозамещение в России в условиях экономических кризисов.....	117
10.	Толстоброва Н. А., Летова Я. С. Перспективы импортозамещения в условиях санкций.....	123
11.	Ходжаева М. Я. История, современность и перспективы взаимовыгодного партнёрства России и Узбекистана.....	128

СЕКЦИЯ III. ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

1.	Алексеева Н. И., Слюсаренко А. В. Система оценки эффективности использования трудового потенциала предприятия.....	134
2.	Антипенко Н. А. Ключевые показатели для системного VBM-анализа деятельности коммерческих компаний.....	138
3.	Балашова Е. С., Мачин И. И. Сравнительный анализ методов ценообразования в российской промышленности.....	143
4.	Бусыгин Ю. Н., Комаров С. К. О реализации модели управления запасами со значениями из нечёткого множества.....	147
5.	Ермоленко А. И., Воропаева Д. А. Подходы к определению системы показателей финансовой устойчивости предприятия.....	153
6.	Катлишин О. И. Теория и практика применения контрольных таможенных процедур стоимости товаров в Пермской таможне.....	156
7.	Лаптева Е. В., Захарова А. А. Иностранные инвестиции в экономику РФ. Сравнение с другими странами с развивающейся экономикой на основе Dabrowski.....	162
8.	Огородникова Е. П., Жунусова М. М. Оценка современного состояния российского страхового рынка.....	166

СЕКЦИЯ IV. СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

1. **Иванов А. И.** Самоорганизация как инструмент управления в условиях изменчивости внешней среды..... 171
2. **Исупова А. В., Долгополов Е. М.** Перспективы развития рекламно-производственных компаний в Пермском крае..... 178
3. **Мартиросян М. Р.** Антикризисные механизмы превентивного реагирования малого и среднего предпринимательства..... 184
4. **Николаева А. А., Ксенофонтова Т. Ю.** Мотивация медиапотребления..... 190
5. **Талипова Н. Т.** Развитие экспортного потенциала республики Узбекистан как фактор развития страны..... 194

СЕКЦИЯ V. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ ДЛЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ

1. **Воронина Э. В.** Экологические аспекты в производстве обувных товаров..... 200
2. **Котыляк Ю. В.** Идентификация и оценка качества детской посуды из пластмасс как гарантия безопасности ребёнка..... 206
3. **Куделина А. М.** Товароведно-экспертные исследования тетрадей ученических на соответствие требованиям нормативных документов..... 213
4. **Панасенко С. В., Мазунина Т. А.** Роль и значение исследований продовольственной безопасности на основе инновационного импортозамещения и технологического предпринимательства..... 220
5. **Симанова И. М.** Сравнительная оценка потребительских свойств гелей для стирки отечественного и зарубежного производства..... 227
6. **Симанова И. М.** Оценка качества и потребительских свойств одноразовой пластмассовой посуды регионального производителя ООО «Упакс-Юнити»..... 234
7. **Табаторович А. Н., Степанова Е. Н., Бакайтис В. И.** Проблемы совершенствования градаций качества продовольственных товаров... 239

СЕКЦИЯ VI. ТЕХНОЛОГИИ, ИННОВАЦИИ, БЕЗОПАСНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

1. **Гайсина А. Ф., Гумеров Т. Ю.** Дегустационный анализ кофе-напитков из торговых автоматов..... 245

2.	Гатауллин Р. С., Гумеров Т. Ю. Значение лечебно-профилактического питания.....	250
3.	Калмыков К. Б., Кудачков Д. С. Безопасность и контроль качества пищевых продуктов общественного питания в медицинских учреждениях.....	255
4.	Калмыков К. Б., Тихая Е. С. Основные опасности и возможности государственного влияния в сфере общественного питания.....	259
5.	Мелентьева Л. А. Современные технологии и инновации в общественном питании.....	264

КРУГЛЫЙ СТОЛ I. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ИННОВАЦИИ

1.	Болотов А. М. Модель транспортной задачи с транзитом товара на складах при использовании разных видов транспорта.....	270
2.	Дюкина Ю. В. Риски компаний IT-отрасли: обоснование необходимости анализа и идентификации.....	276
3.	Кабулов А. А. Вопросы цифровизации и инновации в общественном развитии.....	281

КРУГЛЫЙ СТОЛ II. ВОСПИТАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

1.	Гордеева Е. В. Проблемы формирования новых подходов к организации воспитательной работы в вузах.....	288
2.	Дюкина Т. О., Терентьева Т. О., Липатова В. А. Дистанционное обучение в высшем учебном заведении: взгляд обучающихся.....	292
3.	Рязанов И. В., Женина Л. В. Проект «Народная летопись Победы» и его значение в формировании духовно-нравственных ценностей современной молодёжи.....	297
4.	Толпышев Г. В., Долгополов Е. М. Роль доступности экономического образования в формировании антикоррупционного сознания обучающихся.....	302
5.	Шушарин В. Ф., Вышенский М. Ю. Воспитательный компонент в экономическом образовании.....	309

Научное издание

***«Современная торговля:
теория, практика, инновации»***

**Материалы X Всероссийской (с международным участием)
научно-практической конференции**

Компьютерная вёрстка – Горбунова Л. А.

Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
614040, г. Пермь, бульвар Гагарина, 57, <http://rea.perm.ru>