

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



НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

**СБОРНИК СТАТЕЙ III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 ЯНВАРЯ 2022 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2022**

УДК 001.1
ББК 60
Р17

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Р17

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 126 с.

ISBN 978-5-00173-158-0

Настоящий сборник составлен по материалам III Международной научно-практической конференции **«РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ»**, состоявшейся 15 января 2022 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022
© Коллектив авторов, 2022

ISBN 978-5-00173-158-0

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

МЕНЕДЖМЕНТ	7
ВНУТРИФИРМЕННОЕ ОБУЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ НИГМАТУЛЛИНА ЭЛЬВИНА АЛЬБЕРТОВНА	8
КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФИРМЫ ЧУРИКОВ АРТЕМИЙ БОРИСОВИЧ, ЕЛИСЕЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА	12
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ПАВЛИК ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА	15
ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОГОЗИННИКОВ АРТЕМ АНДРЕЕВИЧ	18
ФАКТОРЫ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НИХ МАЦАКОВА Н. В., КЕРИМОВА Э. И.	28
МАРКЕТИНГ	31
ИНТЕГРАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КАК НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ БИККУЛОВА ИЛЬМИРА РОБЕРТОВНА	32
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ БАНКОВСКИХ КАРТ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ КАЛИКАНОВА ЕВГЕНИЯ ВАЛЕРЬЕВНА	35
РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 БЕКЕТ НАРКЫЗ МУХИТКЫЗЫ	39
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	43
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ ПЛАНИРОВАНИИ СТЕПАНОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА	44
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ НА СОВРЕМЕННОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ РОССИИ КОБЗЕВА АНАСТАСИЯ ИГОРЕВНА	47
СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНЫХ АКТИВОВ, В ЧАСТНОСТИ НЕ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОКЕНЫ СУХОВ НИКИТА СЕРГЕЕВИЧ	51

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	54
WAYS TO SOLVE INFLATIONARY PROBLEMS МУБАРАКОВА АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	55
ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО МОНИТОРИНГА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ МИТИНА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА	58
ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМАТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ, С ПОЗИЦИИ ОПТИМАЛЬНОСТИ И СНИЖЕНИЯ ДУБЛИРОВАНИЯ ФУНКЦИЙ ЧЕРНЫХ МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА	62
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	65
ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОД ДЛЯ СЕКТОРА ТУРИЗМА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ АБИР ХУСИН	66
ТОРГОВО-ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН ХВАН АЛЕКСАНДР.....	73
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	77
ИССЛЕДОВАНИЕ БАЛАНСА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В РОССИИ И ХМАО-ЮГРЕ ЖИВОДЕРОВ КОНСТАНТИН ЮРЬЕВИЧ.....	78
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	83
ОЦЕНКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ НЕСТЕРОВА АЛЕКСАНДРА ЮРЬЕВНА.....	84
НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД КОРОНАКРИЗИСА ТЁМНЫХ ДАРЬЯ ВИКТОРОВНА, ШУГУРОВА КРИСТИНА СЕРГЕЕВНА, СКОЧКО ДАРЬЯ ИГОРЕВНА	88
БИЗНЕС-АНГЕЛЫ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В МАЛЫЙ БИЗНЕС КОПАЙГОРА МАРИНА АНДРЕЕВНА.....	92
КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	95
МОДЕЛЬ ОЛИГОПОЛИИ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО РЫНКА КРУТОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА	96
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШЕРКУНОВ АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ	99

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	102
ТОКЕНИЗАЦИЯ АКТИВОВ КАК ПЕРВЫЙ ЭТАП СОЗДАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНДАМЕНТА МЕТАВСЕЛЕННОЙ САЙФУЛЛИН ТИМУР АЙРАТОВИЧ	103
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	107
УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ФИЛИППОВА АННА АНДРЕЕВНА, КАЗАКОВА ДИАНА ЭЛЬМИРОВНА	108
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	111
ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ РЯЗАНЦЕВА ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА, ЮДИНА МАРИНА АНДРЕЕВНА	112
SLOWING ECONOMIC GROWTH МУБАРАКОВА АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА	115
ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ЦОРОЕВА АМАЛИЯ МАГОМЕДХАНОВНА	118
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КУРБАТОВА АНАСТАСИЯ КОНСТАНТИНОВНА, ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА	121

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 377

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ОБУЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

НИГМАТУЛЛИНА ЭЛЬВИНА АЛЬБЕРТОВНАСтудент кафедры социологии труда и экономики предпринимательства
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

Аннотация: В статье рассмотрено внутрифирменное обучение персонала организации являющееся особой формой организации профессиональной подготовки. Программы внутрифирменной подготовки носят индивидуальный подход и ориентированы на развитие и подготовку персонала к изменениям в организации. В настоящее время в организациях разных формах существуют повышение квалификации и переподготовка кадров, как подготовка необходимых кадров в условиях предприятия.

Ключевые слова: система управления персоналом, профессиональная подготовка, повышение квалификации, внутрифирменное обучение персонала, обучение на рабочем месте.

IN-HOUSE TRAINING IN THE SYSTEM OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL

Nigmatullina Elvina Albertovna

Abstract: The article considers the in-house training of the organization's personnel, which is a special form of professional training organization. In-house training programs have an individual approach and are focused on the development and preparation of personnel for changes in the organization. Currently, in organizations of various forms, there are professional development and retraining of personnel, as the training of necessary personnel in the conditions of the enterprise.

Key words: personnel management system, professional training, advanced training, in-house staff training, on-the-job training.

В системе обучения персонала организации ключевое место занимает внутрифирменное обучение, являющееся особой формой организации профессиональной подготовки и важным многоэтапным процессом системы управления персоналом. Сегодня современные предприятия разрабатывают программы внутрифирменного обучения, направленные на повышение уровня компетенций сотрудников, их квалификации, возможность развития карьеры внутри предприятия. Внутрифирменное обучение становится постоянным процессом и проводится с определенной периодичностью, в том числе для повышения конкурентоспособности предприятия за счет профессиональной команды, соответствующей требованиям рынка [1, с. 24].

Процесс внутрифирменного обучения характеризуется основными этапами: на первом этапе необходимо проанализировать потребности предприятия в отношении персонала, определить основные направления обучения, составить программу обучения в разрезе департаментов и отделов, подго-

товить ресурсы и разработать организационные требования к программе внутрифирменного обучения. Далее следует этап непосредственной реализации услуг внутрифирменного обучения. Обязательным в процессе внутрифирменного обучения является этап оценки удовлетворенности заказчика и потребителя; и далее - последующее сопровождение персонала; определение новых потребностей и требований в рамках воспроизводства внутрифирменного обучения.

Если рассматривать программы внутрифирменного обучения, проводимые по инициативе предприятия, то их можно разделить на две большие группы. К первой группе относятся программы профессиональной подготовки персонала к сертификации, требуемой государственными надзорными органами, программы профессиональной переподготовки специалистов по оценке бизнеса, подготовки и повышения квалификации антикризисных управляющих, профессиональных бухгалтеров, специалистов по работе с ценными бумагами и другие. Ко второй группе относятся программы развития кадрового потенциала предприятий, реализуемые работодателями в рамках стратегий организационного развития.

При диагностике потребности предприятия во внутрифирменном обучении персонала определяются содержательные требования, нормативные требования и требования к ресурсному обеспечению.

Эффективное обучение подразумевает применение индивидуального подхода к потребностям предприятия и каждого сотрудника. Так, необходимо оценивать изначальный уровень образования сотрудника, его возраст и мотивацию в работе. К примеру, методы обучения молодежи могут быть неэффективными при обучении людей более зрелого возраста. К примеру, многие руководящие работники сами осознают, в процессе обучения, что им сложно избавиться от стереотипов. Многие действительно верят, что обучение может происходить только в форме прослушивания лекций специалистов. И важно, чтобы руководители одними из первых осознали, что сегодня современный бизнес может применять новые эффективные и разнообразные подходы к внутрифирменному обучению.

Необходимо дифференцированно подходить к выбору метода обучения, так, на рынке обучающих программ и образовательных услуг представлены различные программы по специальностям, уровню сложности, уровню профессиональной подготовки и профессионального опыта), по стоимости, по продолжительности.

Способы обучения могут быть классифицированы следующим образом. Первая группа «Виды обучения» включает в себя подготовку новых сотрудников, переподготовку работающих сотрудников, повышение квалификации и развитие компетенций. Вторая группа «Формы обучения» представлена двумя позициями: групповое и индивидуальное обучение. Третья группа связана с длительностью процесса обучения (обучение может быть долгосрочным и краткосрочным).

Выделяют традиционные и активные методы обучения. Традиционные – это аудиторные лекции, семинары, обучающие видео и аудио материалы. Эти методы преобладают при передаче и закреплении знаний.

Преобладающими методами являются традиционные, хотя их роль постепенно снижается и они вытесняются активными методами, которые учитывают различный уровень знаний и профессиональной подготовки, предполагают наличие обратной связи с целью оценки степени усвоения материала.

В активных методах обучения уделяют большое значение именно практической основе передаваемых слушателям знаний, навыков и умений. На сегодняшний момент очень распространенным является проведение тренингов, групповых обсуждений, деловых игр, круглых столов, разбор кейсов, проведение программированного обучения,

Разделить методы обучения однозначно на активные и неактивные непросто. Некоторые из них являются переходными к практическим занятиям и самостоятельной работе. Безусловно, активные методы включают разборы конкретных ситуаций, проводятся занятия-дискуссии по проблемам предприятия, а также учебно-практические конференции по обмену опытом. Разновидностями активных методов обучения со специальными возможностями формирования и развития социально-психологических качеств являются ролевой разбор конкретной ситуации (инсценировка) и методы социально-психологического тренинга.

Внутрифирменное обучение может осуществляться как непосредственно на рабочем месте, так и

вне его. Например, производственный инструктаж и инструктаж по технике безопасности – это обучение на рабочем месте. Следует отметить, что производственный инструктаж – достаточно известный в России способ введения в профессиональную деятельность молодых специалистов. Инструктор предоставляет работнику оперативную информацию о содержании его трудовой деятельности, что позволяет повысить его культурно-технический и профессионально-квалификационный уровень. Производственный инструктаж может касаться разъяснения задания, что обеспечит понимание и чёткое его выполнение (работником).

Далее, участие в семинаре или конференции, участие в работе кружков качества – это обучение вне рабочего места. Но обмен опытом может проходить как в процессе внутрифирменного обучения на рабочем месте, так и вне его. Следует также подчеркнуть, что внутрифирменное обучение вне предприятия и на рабочем месте могут эффективно дополнять друг друга.

Обучение на рабочем месте отличается своей практической направленностью, непосредственной связью с производственными функциями сотрудника, предоставляет, как правило, значительные возможности для повторения и закрепления вновь изученного [2, с. 63]

Метод обучения на рабочем месте используется для овладения необходимыми навыками и ознакомления новых работников с тем, как пользоваться имеющимся оборудованием и инструментами непосредственно в процессе выполнения профессиональной деятельности. Обучение на рабочем месте призвано не только передать работнику необходимые для работы знания, но и сформировать у него более точные представления о его роли в организации, требований, предъявляемых к организации его рабочего места.

Необходимо шире применять метод обучения на рабочих местах, поскольку этот метод более эффективен, нежели обучение в аудиториях. При обучении на рабочих местах сотрудники повышают свои профессиональные компетенции в соответствии с потребностями организации, а также в процессе обучения могут анализировать пути повышения эффективности деятельности на рабочем месте и применять полученные знания на практике. На предприятии требуется документально оформить этот процесс внутрифирменного обучения сотрудников на рабочих местах, учитывая установленные требования к профессиональному обучению. Также стоит отметить, что внутрифирменное обучение на рабочих местах способствует повышению эффективности процесса адаптации новых работников, а также их погружения в трудовой процесс посредством применения коучинга и наставничества [3, с. 112]

Обучение вне рабочего места позволяет сотрудникам отвлечься от существующей ситуации на рабочем месте и взглянуть по-новому на организацию рабочего процесса, что способствует формированию нового поведения, более верной оценке ситуации, повышению профессиональных компетенций и применения новых инструментов реагирования.

Очень часто обучение вне организации охватывает руководящий состав предприятия: руководителей или высококвалифицированных специалистов. Подобное обучение может осуществляться в рамках бизнес-образования, например, MBA, что высоко характеризует предприятие, обучающего своих сотрудников на программах высокого уровня. В ходе обучения специалисты и руководители не только получают высокую квалификацию, но и обмениваются опытом с представителями других компаний. Подобные программы направлены на подготовку будущих менеджеров, эффективных в своей повседневной работе, с целью формирования навыков и знаний в области стратегии предприятия, в том числе, в области управления персоналом. Обучение направлено на приобретение сквозного видения функций компании: маркетинга, продаж, логистики, управления человеческими ресурсами, финансов, бухгалтерского учета и т. д.

Внутрифирменное обучение может быть направлено на все категории сотрудников и совершаться по всем направлениям, затрагивать все должности. Осуществляться внутрифирменное обучение может как в специализированных центрах и институтах повышения квалификации, профессиональной переподготовки, так и через прослушивание специализированных курсов и программ. Очень эффективными является участие в конференциях, симпозиумах, конгрессах, но так же и приглашение бизнес-тренеров на предприятие для организации внутрифирменного обучения и создания профессиональной команды единомышленников.

Список источников

1. Маличенко И.П., Сидорова А.М. Эффективные технологии обучения и развития персонала в системе корпоративного образования: вопросы выбора // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 6. – С.23-28.
2. Бортник Е.М., Маличенко И.П., Назыков Е.В. Корпоративное образование как инструмент развития и сохранения человеческого капитала // Экономическое развитие в условиях мирового кризиса. – 2019. – № 1. – С. 63-66.
3. Гапоненко А.Л., Савельева М.В. Новые тенденции в развитии современного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2018. – № 5. – С. 110-116.

УДК 2964

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФИРМЫ

ЧУРИКОВ АРТЕМИЙ БОРИСОВИЧ,
ЕЛИСЕЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

Магистранты первого курса
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

Аннотация: В статье проанализирован процесс развития теории ключевых компетенций через ресурсный подход к определению конкурентных преимуществ фирмы. Проведена периодизация ресурсной концепции в ключевых трудах исследователей. Показана схема влияния ключевых компетенций на конкурентоспособность организации.

Ключевые слова: ресурсный подход, ключевые компетенции, фирма, ресурсы фирмы, конкурентоспособность.

KEY COMPETENCIES AS AN ELEMENT OF THE COMPANY'S INTERNAL ENVIRONMENT

Churikov Artemii Borisovich,
Eliseeva Daria Alekseevna

Abstract: The article analyzes the process of developing the theory of key competencies through a resource approach to determining the competitive advantages of a firm. The periodization of the resource concept in the key works of researchers has been carried out. The scheme of the influence of key competencies on the competitiveness of the organization is shown.

Key words: resource approach, key competencies, firm, firm resources, competitiveness.

В последние три десятилетия растущая конкуренция стимулировала значительное количество стратегических исследований по пониманию предпосылок и процессов, определяющих конкурентные преимущества фирм. По сравнению с рыночным позиционированием, развиваемым в трудах Дж. Траута, Ф. Котлера, М. Портера, Дж. Хулей и др., и предполагающим, что основа долгосрочного успеха компании заключается, прежде всего, в удачном выборе стратегической позиции, обеспечивающей преимущества перед конкурентами, ресурсный подход (Б. Вернерфельт, Р. Грант, Д. Коллинз, С. Монтомери, К Прахалад, Г Хэмел и др.) достаточно долгое время был как бы «отодвинут» на второй план, однако в последние десятилетия он получает все большее распространение [1]. В значительной степени это связано с превращением знаний или интеллектуального капитала в важнейший источник формирования устойчивых конкурентных преимуществ современных компаний, так называемый «когнитивный фактор производства».

Идеология ресурсного подхода (1970-е гг.) подходит к рассмотрению проблемы долгосрочного выживания организации со стороны располагаемых ресурсов: большое разнообразие ресурсов в организации, включая человеческие, создает отличительную природу организации, и это составляет для нее стратегическое конкурентное преимущество. Если ранее сущность стратегического планирования заключалась в оптимальном согласовании деятельности компании с ее внешней средой, то ресурсная концепция делала акцент на создании стоимости за счет привлечения и использования ценных и редких организационных ресурсов. Рассмотрим развитие ресурсной концепции в ключевых трудах исследователей со всего мира (табл. 1).

Таблица 1

Периодизация ресурсной концепции в ключевых трудах исследователей

Период	Исследователь	Основной тезис работы
1959	Э. Пенроуз	“Для организаций, столкнувшихся с изменениями в бизнес-среде, действенный получить конкурентное преимущество - это сосредоточиться на своих внутренних ресурсах как на главном источнике силы”
1984	Б. Вернерфельт	“Стратегия долгосрочного существования организации представляет собой баланс между эксплуатацией существующих ресурсов и развитием новых”
1991	Д. Барни	“Конкурентное преимущество достигается, если ресурсы организации являются ценными, редкими и дорогостоящими для имитации”
2003	Хамел Г., Прахалад К.К.	“В долгосрочной перспективе конкурентоспособность основывается на способности создавать с более низкими издержками и быстрее, чем конкуренты, ключевые компетенции, на основе которых рождаются непредвиденные ранее продукты”
2013	Кастро Г.М.Д, Дельгадо-Верде М., Аморес-Сальвадо Дж. и Навас-Лопес Дж.	“Уровень квалификации сотрудников в совокупности с корпоративным опытом и секретными знаниями, укоренившихся в организационных процедурах и информационных системах составляют значительный задел для формирования ключевых компетенций организации”.

Если аккумулировать идеи процитированных исследователей, можно сделать вывод, что с 2000-х годов авторы несколько видоизменяют концепцию ресурсного подхода: с общего понятия “ресурсы”, используемого с 1959 года до 2000-х годов, исследователи все чаще переходят на употребление в контексте долгосрочной конкурентоспособности конкретного вида ресурсов - информации (знаний) - в виде термина “ключевые компетенции” [2]. Впервые данный термин был упомянут К Прахаладом и Г Хэмелом, они определяли ключевые компетенции как “результат коллективного обучения организации особенно в координации различных производственных навыков и интеграции разнообразных технологий, которые наделяют отдельные бизнес-единицы потенциалом быстрой адаптации к изменяющимся возможностям бизнеса” [3]. В своей статье “Ключевые компетенции корпорации” К. Прахалад и Г. Хэмэл приводят следующие выделенные ключевые компетенции существующих компаний: “Sony” - миниатюризация, “Phillips” - оптико-медийные технологии, “Honda” - технологии в области двигателестроения, “Canon” - оптика, фотоизображение и микропроцессорные контрольно-измерительные инструменты.

Выделяли ключевые компетенции Прахалад К.К. и Хамел Г. по трем критериям. Ключевые компетенции:

- Обеспечивают потенциальный доступ организации на широкий спектр рынков;
- Достаточно сложны для имитации конкурентами;
- Вносят значительный вклад в ощущаемые клиентами достоинства конечного продукта.

Термин “компетенция” также разъяснен в толковом словаре русского языка С.И. Ожегова как “круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен”, то есть компетенции фирмы - это направления, в которых она преуспевает, являющиеся основой для ее конкурентоспособности. Под конкурентоспособностью понимается способность фирмы создавать более высокую ценность для своих покупателей и клиентов, предлагая более высокое качество продукции, лучший сервис или более низкую цену, чем это делают конкуренты, ведущая к более высокому уровню прибыли. Теория ключевых компетенций подчеркивает факт того, что конкурентное преимущество основывается на обладании фирмой уникальными, трудно поддающимися имитации навыками, знаниями, ресурсами и компетенциями. Ключевые компетенции представляют собой набор определяющих и решающих проблемы идей, способствующих разработке своеобразных стратегических альтернатив роста.

Концепция подразумевает, что сосредоточившись на своих ключевых компетенциях, фирмы выигрывают, поскольку они делают те вещи, в которых они являются лучшими. Само упоминание о том, что ключевые компетенции должны “работать”, наводит автора на мысль о том, что неиспользованный ресурс или способность не дают никаких преимуществ фирме. Другими словами, можно сказать, что владение ключевыми компетенциями - это не самоцель фирмы. Способность использовать ключевые компетенции в интересах фирмы - вот что действительно имеет значение. Таким образом, можно сопоставить понятие “компетенции” и “навыка” как элемента внутренней среды фирмы по модели организации Маккинси «7S». В ней совокупность навыков (skills) рассматривается как один из ведущих элементов, формируемый под влиянием стратегии фирмы и интерпретируемый как конкурентные знания и умения ключевых сотрудников, используемые в деятельности фирмы. Можно сказать, что сама по себе компетенция, если она не используется, не развивается - не несет ценности для фирмы. Однако, если компетенция используется в интересах фирмы, накапливает свое влияние путем добавления нового корпоративного опыта, она становится ценным активом. Развитую компетенцию можно охарактеризовать как навык, обогащенный знаниями и умениями, поскольку она подразумевает оптимальную степень владения каким-либо действием или искусством.



Рис. 1. Влияние ключевых компетенций на конкурентоспособность организации

На основании вышесказанного, можно наглядно представить схему влияния ключевых компетенций на конкурентоспособность компании: когда изучается набор умений и технологий, накопленных компанией, анализируется их влияние на операционную деятельность, а затем полученные результаты коммерциализируются путем создания на базе уникальных знаний продукта, достоинства которого важны для клиента, а характеристики - сложны для подделки конкурентами, рождается конкурентное преимущество организации [4].

Список источников

1. Akwesi Assensoh-Kodua The resource-based view: a tool of key competency for competitive advantage. // Problems and Perspectives in Management. - 2019. - №17 (3). - С. 143-152.
2. Ефремов В.С., Ханыков И.А. Ключевая компетенция компании как объект стратегического анализа // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 2.
3. Прахалад К.К., Хамел Г. Ключевые компетенции корпорации / Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. СПб, 2001.
4. Т.А. Гилева, Д.Р. Пескова Ключевые компетенции как основа конкурентоспособности современного предпринимательства // Инновационная деятельность. - 2018. - №1. - С. 12-23.

УДК 331.1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

ПАВЛИК ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА

Магистрант

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

*Научный руководитель: Бакшеев Сергей Леонидович**к.э.н., доцент**БУ ВО «Сургутский государственный университет»*

Аннотация: Актуальность темы исследования определена тем, что в современных условиях важную роль для работодателей приобретает проблема подбора кадров, а также дальнейшее вовлечение новых сотрудников в коллектив. Каждый работодатель старается иметь сплоченный коллектив. Именно поэтому адаптация новых сотрудников является для любого предпринимателя значимой задачей. В статье рассмотрены сущность и основы системы трудовой адаптации в организации с точки зрения трудов ученых. Раскрыты этапы системы адаптации. Приведен пример опыта зарубежных, современных организаций в области трудовой адаптации персонала.

Ключевые слова: адаптация, система адаптации, наставничество, первичная адаптация, вторичная адаптация.

THEORETICAL ASPECTS OF ADAPTATION OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL

Pavlik Ekaterina Dmitrievna*Scientific adviser: Baksheev Sergey Leonidovich*

Annotation: The relevance of the research topic is determined by the fact that in modern conditions an important role for employers is acquired by the problem of recruitment, as well as the further involvement of new employees in the team. Every employer tries to have a cohesive team. And also the problem of adaptation to a new workplace becomes relevant for the employee's personality itself. The article examines the essence and foundations of the system of labor adaptation in the organization from the point of view of the works of scientists. The methods and stages of the adaptation system are disclosed. An example of the experience of foreign, modern organizations in the field of labor adaptation of personnel is given.

Key words: adaptation, adaptation system, mentoring, primary adaptation, secondary adaptation.

Вопросами формирования системы адаптации персонала занимались многие отечественные и зарубежные учёные-экономисты. Большую теоретическую и практическую актуальность имеют труды А.П. Егоршин, А.Я. Кибанов, И.О. Грошев.

Нельзя не согласиться с определением Кибанова А.Я., можно считать, что оно более точно описывает трудовую адаптацию, затрагивая в определении такие характеристики, как: рабочее место, процесс производства, профессиональные, психофизиологические, экономические и другие условия труда [3, с.78].

Система адаптации включает в себя следующие элементы: welcome-тренинг, программа адаптации, наставничество, аттестация по итогам адаптационных мероприятий.

Можно считать, что для адаптации в организации важны все эти элементы системы. Сотрудник должен иметь полное понятие о том, в какой организации ему предстоит работать, какие услуги и продукты она предоставляет, какие функции и обязанности он должен выполнять. Наставник в этом играет главную роль, так как от него, по большей части, зависит, как быстро новый сотрудник освоится в коллективе, обучится работе в программах и изучит продукты. Можно выделить два элемента, которые, по моему мнению, являются главенствующими: программа адаптации и наставничество, потому что именно эти два элемента помогают быстрее ознакомиться с новым рабочим местом, коллективом и основной работой.

Главными целями профессиональной адаптации персонала являются:

- снижение издержек компании;
- ускорение процесса вхождения нового сотрудника в должность;
- сокращение уровня текучести кадров.
- снижение неопределенности у новых сотрудников;
- развитие позитивного отношения к работе [1, с.133].

На рисунке 1 представлены два вида профессиональной адаптации:



Рис. 1. Виды профессиональной адаптации

Первичная профессиональная адаптация относится к сотрудникам, которые не имеют опыта в профессиональной деятельности, и их приспособлению.

Вторичная профессиональная адаптация – это приспособление сотрудников, имеющих опыт и навыки в аналогичной профессиональной деятельности.

Процесс профессиональной трудовой адаптации работников можно условно разбить на несколько этапов. Стандартным является разделение трудовой адаптации на четыре этапа, которые представлены на рисунке 2 [2, с.339].



Рис. 2. Этапы трудовой адаптации

Интересен опыт организации адаптации в зарубежной практике. Чаще всего за рубежом используют несколько методов адаптации.

Secondment, или вторичное обучение – методы, который основан на обмене работниками на определенный промежуток времени. К примеру, работник переходит в другой отдел, там работает, выполняя новые функции. С помощью данного метода работник приобретает новый опыт, свежие знания

и навыки, так как погружается в работу смежного отдела. Это повышает его трудоспособность и уменьшает время, которое он мог бы потратить на налаживание отношений с коллективом.

Buddying (приятель) – социальный метод адаптации, который заключается во взаимопомощи и поддержке внутри коллектива. Это поможет прийти до поставленной цели и решить задачи. Данный метод заключается во взаимосвязи между работниками коллектива, обратной связи от всех участников взаимоотношений, что, в процессе деятельности, приведет к успешному результату, а новому работнику поможет усвоить нужные навыки. С помощью данного метода, налаживаются отношения внутри коллектива, и между работниками и руководством.

E-learning – метод, который предполагает смешанное или дистанционное обучение. Для этого используют компьютерные технологии, которыми владеет компания. К примеру, в России на предприятиях распространены обычные курсы, устные, которые отнимают больше времени для изучения даже тех данных, которые работник уже знает. Когда, в свою очередь, вышеназванный метод позволяет оценить уже имеющиеся знания у сотрудника и сократить время на обучение.

Job shadowing – данный метод можно сравнить с наставничеством. Единственное отличие заключается в том, что работника полностью сопровождает в течении рабочего дня. Сотрудник может обратиться к наставнику с любым вопросом и получить ответ. Везде следует за ним, и наблюдая, обучается новой профессии.

Список источников

1. Грошев, И. В. Организационная культура / И. В. Грошев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА. — 2016. — 288 с.
2. Егоршин, А.П. Управление персоналом. 4-е изд., испр. — Н.Новгород: НИМБ – 2015. — 720 с
3. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации. [Текст] / А.Я. Кибанов. – М.: Инфра-М. – 2018. – 695 с.

© Е.Д. Павлик, 2022

УДК 353.5

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

РОГОЗИННИКОВ АРТЕМ АНДРЕЕВИЧ

магистрант

Уральский институт управления - филиал
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ»

Аннотация: актуальность исследования обусловлена тем, что на современном этапе развития особую значимость приобретает реализация национальных проектов, как базовой составляющей успешного социального-экономического развития регионов страны.

В данной статье будет сделана попытка проанализировать текущее состояние и эффективность реализации национальных проектов на территории Уральского Федерального округа.

Основной акцент в статье будет сделан на индивидуальность и неравномерность реализации национальных проектов на территории округа в зависимости от эффективности функционирования органов государственной власти. В процессе исследования выделены ключевые проблемы, препятствующие интенсивности реализации национальных проектов на территории Уральского Федерального округа.

В заключение оцениваются выявленные проблемы реализации национальных проектов в органах государственной власти Уральского Федерального округа, а также даются рекомендации по изменению текущей ситуации с учетом современных тенденций в экономике страны и государственном управлении.

Итогом написания статьи стало обоснование необходимости внесения корректировок в паспорта национальных проектов для их успешной реализации не только на территории Уральского Федерального округа, но и всех округов Российской Федерации.

Ключевые слова: национальный проект, Уральский Федеральный округ, органы власти, эффективность реализации, ключевые показатели, социально-экономическое развитие, проблемы реализации, приоритеты развития.

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF NATIONAL PROJECTS IN THE STATE AUTHORITIES OF THE URAL FEDERAL REGION

Rogozinnikov Artem Andreevich

Abstract: the relevance of the study is due to the fact that at the present stage of development, the implementation of national projects is of particular importance as a basic component of the successful social and economic development of the country's regions.

This article will attempt to analyze the current state and effectiveness of the implementation of national projects in the territory of the Ural Federal Region.

The main emphasis in the article will be placed on the individuality and unevenness of the implementation of

national projects on the territory of the district, depending on the effectiveness of the functioning of state authorities. In the course of the study, the key problems that hinder the intensity of the implementation of national projects in the territory of the Ural Federal Region are identified.

In conclusion, the identified problems of implementing national projects in the state authorities of the Ural Federal Region are evaluated, and recommendations are also made to change the current situation, taking into account current trends in the country's economy and public administration.

The result of writing the article was the justification of the need to make adjustments to the passports of national projects for their successful implementation not only in the territory of the Ural Federal Region, but also in all districts of the Russian Federation.

Key words: national project, Ural Federal Region, authorities, implementation efficiency, key indicators, socio-economic development, implementation problems, development priorities.

Национальные проекты — это инструмент социально-экономического развития России. Ключевой задачей национальных проектов является интенсивное социально-экономическое развитие Российской Федерации, включая самые отдаленные территории государства, а также вхождение России в число пяти крупнейших экономик мира. Разработка национальных проектов началась с подписания Указа «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1]. В рамках стратегии развития Российской Федерации, а также достижения поставленных в ее рамках целей было разработано двенадцать приоритетных национальных проектов: здравоохранение, образование, демография, культура, безопасные и качественные автомобильные дороги, жильё и городская среда, экология, наука, малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы, производительность труда и поддержка занятости, международная кооперация и экспорт, цифровая экономика Российской Федерации.

Однако в научных кругах идут многочисленные дискуссии о слабом уровне подготовленности самих проектов, включая целевые показатели, организацию исполнения и их методическую основу. Во всех странах государство играет ключевую роль в формировании структуры и объема производства в экономике, социальном, культурном, инфраструктурном развитии. Для этого используются различные инструменты (в том числе проектное управление), направленные на регулирование промышленности и торговли, перераспределение доходов и активов, использование фискальной и денежно-кредитной политики и прямое государственное владение ключевыми отраслями промышленности.

После бессистемного роста числа федеральных целевых программ, Президентом Российской Федерации в послании Федеральному Собранию были обозначены основные задачи на ближайший период, которые легли в основу приоритетных национальных проектов. Впоследствии они нашли свое отражение в Указе Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1].

При определении основных целей выбиралась тактика конкретных шагов, определялись задачи по наиболее острым проблемам, которые могут быть решены за относительно короткий срок в условиях эффективного механизма государственного управления. В Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию 20 февраля 2019 года В. В. Путин отметил высокую роль национальных проектов, которые «... построены вокруг человека, ради достижения нового качества жизни для всех поколений, которое может быть обеспечено только при динамичном развитии России» [2]. Для достижения этой цели Президент определяет амбициозные ориентиры опережающего развития страны: «... в 2021 г. темпы роста российской экономики должны превысить 3 %, а в дальнейшем опережать мировые ...через... высокие темпы экономического роста» [2].

Кроме 12 национальных проектов одним из важнейших проектов по привлечению прямых инвестиций в приоритетные виды экономической деятельности является «Особые экономические зоны». Разработка национальных проектов — это очень сложная и масштабная работа, многие исследователи, ученые в данной области [3,4] высказывают сомнения в их реализуемости в силу их скоростного формирования. Также, особое внимание уделяется соответствию ключевых показателей реальному

положению вещей в регионах страны. В рамках данного исследования рассмотрим ситуацию в Уральском федеральном округе.

Стратегия социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2030 года (далее - Стратегия) определяет стратегические ориентиры, задачи, приоритеты, научно-обоснованный сценарий социально-экономического развития, пути и механизмы достижения целей, направленных на постоянное повышение уровня и качества жизни населения, а также устойчивое развитие экономики Уральского федерального округа на период до 2030 года [5].

Уральский федеральный округ объединяет 6 субъектов Российской Федерации: Ямало-Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ - Югру, Тюменскую, Свердловскую, Челябинскую и Курганскую области. Каждый из субъектов округа имеет свои силы и слабости, проблемы и возможности. В частности, инвестиционный потенциал субъектов Уральского федерального округа является достаточно стабильной величиной, но в округе он существенно различается. По данным службы государственной статистики [6] был исследован инвестиционный потенциал субъектов УФО, результаты которого представлены на рис. 1.

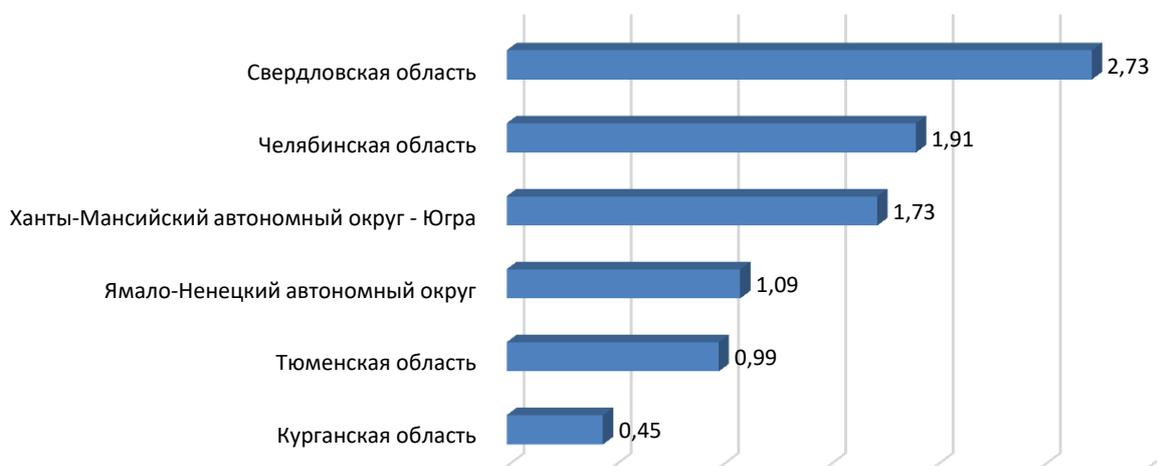


Рис. 1. Инвестиционный потенциал субъектов УФО

Таким образом, среди субъектов округа наибольшим инвестиционным потенциалом обладает Свердловская область, и наименьшим, соответственно Курганская область.

Отличие среди субъектов округа наблюдается также в неравномерности инфраструктурного развития, управленческого потенциала, имеющихся ресурсов. Разница в развитии субъектов Уральского федерального округа приобрела особую значимость в связи с обострением экономической ситуации в стране, вызванным вспышкой эпидемии Коронавируса в 2020 г.

Последующее введение ряда ограничений на функционирование предприятий коммерческого и государственного сектора, а также срыв сроков по контрольным точкам национальных проектов выявило неподготовленность органов власти к функционированию в сложных условиях. Таким образом, проблематика исследования обусловлена не подготовленностью органов государственной власти Российской Федерации к реализации таких масштабным проектам на региональном уровне.

Многочисленные исследования позволили отметить, что наиболее приоритетным направлением в повышении эффективности реализации национальных проектов на региональном уровне является организация деятельности органов власти данных регионов. Научные исследования в области эффективности подготовки и реализации национальных проектов на уровне регионов Российской Федерации уделяли такие исследователи, как Беднякова А.С. [7], Запорожан А.Я. [8], Зенцова Е.А. [9], Миэринь Л.А. [7], Серкова К.Я. [10], Табах А.О. [11], Травников А.И. [12], Шилков Д.Е. [13] и другие.

В трудах исследователей нашли отражение вопросы всех основных сфер реализации национальных проектов, а также факторов, оказывающих решающее влияние на эффективность их реализа-

ции. В частности, в трудах А.О. Табах [11] особое внимание уделяется организации взаимодействия между различными уровнями власти при реализации национальных проектов, что на взгляд автора является залогом его успешной реализации.

Также в трудах автора содержатся положения о том, что в данной сфере необходимо как можно тщательнее изучить мировой успешный опыт, в сфере реализации подобных проектов. В исследованиях другого автора Е.А. Зенцовой [9] уделяется внимание роли органов власти различных уровней в реализации национальных проектов. Автором на основании анализа статистических данных реализации национальных проектов в регионах России исследовался вопрос, насколько эффективно взаимодействуют органы власти различных уровней при их реализации.

В исследованиях А.С. Беднякова и Л.А. Мизринь поднимается вопрос о том, что многочисленные управленческие проблемы препятствуют эффективной реализации национальных проектов [7]. Исследования авторов перекликаются с работами К.Я. Серковой [10], которая также среди ключевых проблем реализации национальных проектов выделяет Системные управленческие проблемы, а также низкое качество при формировании итоговых показателей реализуемых национальных проектов. По мнению автора они далеки от реальности.

В исследованиях А.И. Травникова акцентируется внимание на том, что национальные проекты не отражают истинное положение дел в регионах России, и нуждаются в существенной корректировке [12]. Как верно отмечает Шилков Д.Е. [13] в своих исследованиях, национальные проекты (паспорта) постоянно подвергаются изменениям, что затрудняет их выполнение, и свидетельствует о низком уровне планирования изначального варианта.

По мнению А.Я. Запорожан [8], и мы с этим полностью согласны, реализацию национальных проектов необходимо начинать организационных изменений в государственном управлении. Так как, на наш взгляд, особая роль в реализации национальных проектов на территории регионов страны принадлежит государственному управлению, от чего в свою очередь зависит успешность и предполагающаяся модернизация экономического пространства страны, и решение социологических проблем, и реализация приоритетных национальных проектов, в частности.

Цель данной статьи – исследование проблем реализации национальных проектов в органах государственной власти Уральского Федерального округа. Для достижения цели ставится задача рассмотреть основную проблематику в реализации национальных проектов в органах государственной власти Уральского Федерального округа.

В качестве методологической основы исследования при подготовке настоящей научно-исследовательской работы были использованы следующие общенаучные методологические подходы:

1. Системный подход, который позволяет рассматривать поставленную проблему с учетом нескольких содержательных аспектов (социальный, организационный), способствует комплексному и целенаправленному изучению предмета исследования.

2. Функциональный подход, позволяющий оценить значение связи управленческих решений в сфере исполнения полномочий органами государственной власти в области использования проектного подхода.

3. Ценностно-деятельный подход, позволяющий объективно выявить приоритетные направления деятельности органов государственной власти в области организационно – методического обеспечения реализации региональных проектов.

Методы исследования: в процессе исследования использовался комплекс методов: анализ научной и методической литературы по теме исследования, исторический, логический и другие методы.

Материалами для представленной работы послужили положения Указа Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1], Стратегия социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2030 года [5], официальная статистика по проблемам реализации национальных проектов, научные исследования в данной сфере.

Исходя из вышесказанного необходимо отметить, что проблематика вопроса по эффективной реализации национальных проектов на региональном уровне имеет более серьезные обоснования. Как

уже акцентировалось внимание раньше на территории Уральского Федерального округа расположено 6 субъектов РФ с разным уровнем развития каждого. На реализацию национальных проектов в каждом регионе возлагались большие надежды, но по итогам 2020 г. было выявлено значительное количество проблем, рассмотрим некоторые из них.

Эффективность реализации национальных проектов выступает для всех органов власти стратегической задачей, определяющей основные направления социально-экономического развития регионов на ближайшую перспективу. Наиболее социально значимыми для Уральского Федерального округа, как и для страны в целом, являются национальные проекты «Здравоохранение» и «Демография», «Цифровая экономика» и «Наука», «Развитие АПК». Результаты, характеризующие исполнение приоритетных национальных проектов на территории Уральского Федерального округа разнонаправленные: есть и достижения, и провалы. Например, обратимся к результатам реализации национального проекта «Демография» по Уральскому Федеральному округу.

В 2020 году снизился показатель смертности населения старше трудоспособного возраста, он составил -0,5. относительно установленного целевого значения. Число умерших старше трудоспособного возраста в Уральском Федеральном округе ниже среднероссийского показателя. Причем, значительно снизилась смертность женщин трудоспособного возраста (-54,6 чел. из расчета на 100 тыс. населения), чего не скажешь о смертности мужского населения (19,1 чел. на 100 тыс. населения) [14]. В разрезе федеральных округов показатели Уральского Федерального округа немного выше среднероссийского показателя, что более наглядно представлено на рис. 2.

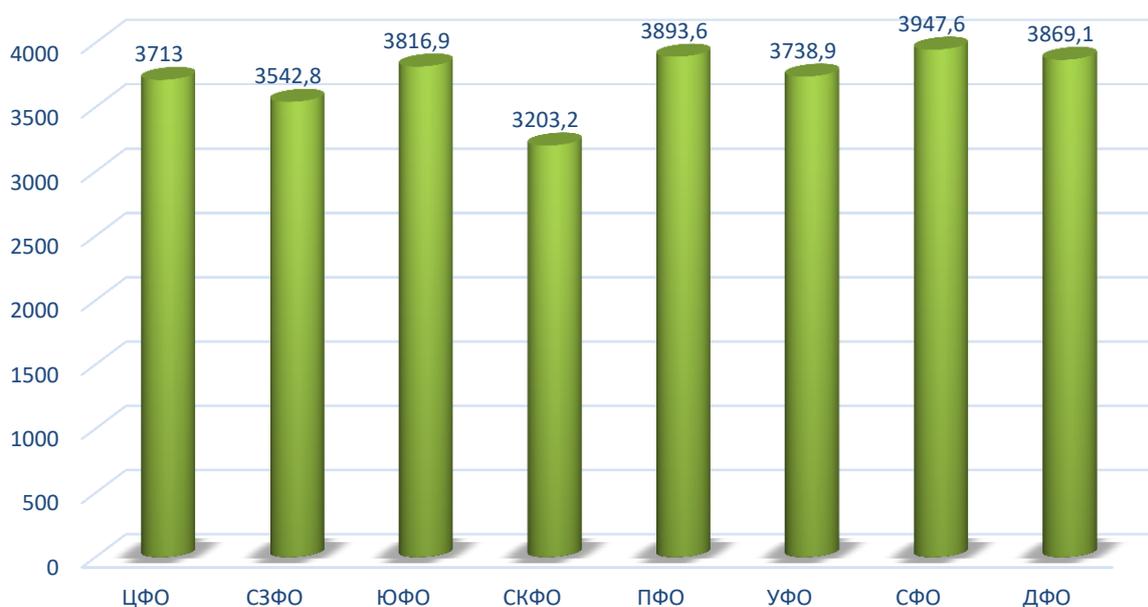


Рис. 2. Смертность населения старше трудоспособного возраста по федеральным округам в 2020 году, на 100 тыс. человек [3]

Несмотря на снижение младенческой смертности, после стабильного роста после 2016 года суммарный коэффициент рождаемости начал падение, хотя это тенденция последних лет для всех регионов России, в том числе и Уральского Федерального округа. В 2020 г. по РФ значение в 1,58 не достигло целевого индикатора в 1,60 [14].

Также интерес вызывают показатели национальных проектов «Цифровая экономика» и «Наука» (табл. 1).

Среди федеральных округов доля хозяйств с широкополосным доступом к сети Интернет в Уральском Федеральном округе находится практически на целевых значениях, и даже выше (73,6%), по России (73,2%).

Таблица 1
Целевые показатели национальных проектов «Цифровая экономика» и «Наука»
по Уральскому Федеральному округу [3]

Целевой показатель	2019 (базовый)	2020 (факт)
Доля домашних хозяйств, имеющих широкополосный доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», %	72,4	73,6
Внутренние затраты на исследования и разработки за счет всех источников в текущих ценах, млрд рублей	1,855	2,090
Доля исследователей в возрасте до 39 лет в общей численности российских исследователей, %	37,0	35,5

Однако есть области, в которых реализация национальных проектов не принесла ощутимых результатов. В частности, обратимся к результатам реализации национального проекта «Здравоохранение» на территории Уральского Федерального округа. Вспышка пандемии в 2020 г. показала, что медицина не готова к серьезным испытаниям. Отсутствуют необходимые медикаменты, квалифицированные кадры, инфраструктура медицинских учреждений и т.д.

В начале 2021 года был проведен опрос жителей Уральского Федерального округа на предмет удовлетворенности медицинским обслуживанием на территории округа. Получились следующие результаты (рис. 3).

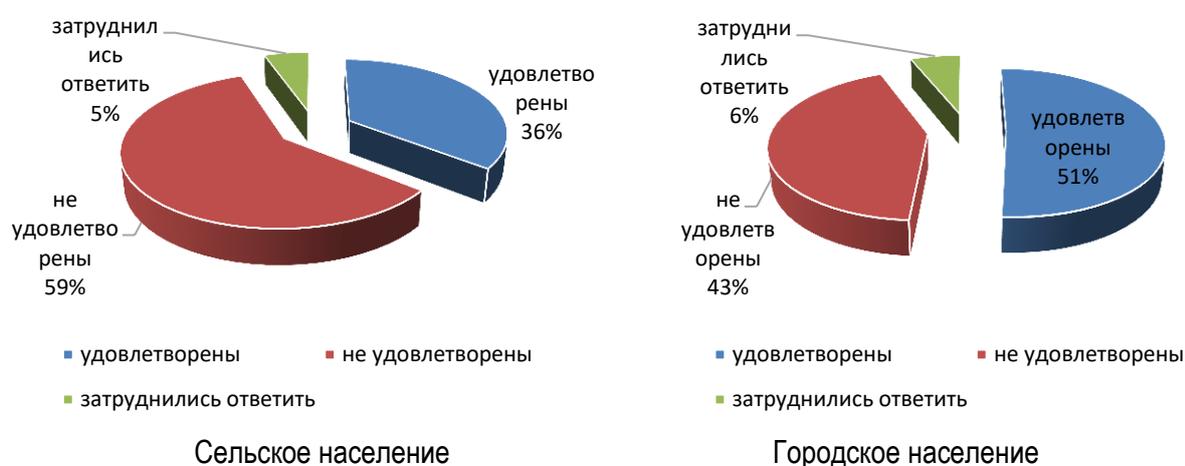


Рис. 3. Удовлетворенность городского и сельского населения медицинским обслуживанием на территории округа, % [6]

Если учесть тот факт, что среднестатистический показатель по Российской Федерации в удовлетворенности медицинским обслуживанием составляет 72,2%, то ситуация более чем удручающая.

И если среди городского населения основными проблемами в данной области было указано отсутствие записи на прием врачей, огромные очереди, и нехватка медицинского персонала, которые могут быть обусловлены загруженностью медицинских учреждений в связи с эпидемиологической ситуацией на территории округа в 2020 г. То в сельской местности было указано отсутствие медицинской инфраструктуры в целом. В случае если человек, проживающий в сельской местности заболел даже простым простудным заболеванием, ему необходимо найти возможность доехать до областного центра, причем дважды: первый раз на запись, второй раз на прием. Если же заболевание более серьезное, то сельскому жителю надо ехать в ближайший город, причем после получения официального направления из медицинского учреждения в областном центре, на прием куда, еще надо ухитриться попасть.

Также, важнейшим звеном социально-экономического развития любого региона является транспортная сфера, и Уральский Федеральный округ не исключение. Ключевая роль в процессе ее развития отводится стратегическому планированию и разработке проектов, программ федерального, регионального и муниципального значения.

Один из актуальных документов развития обозначенной сферы – национальный проект «Безопасные и качественные автомобильные дороги (БКД)», целью которого является обеспечение субъектов Российской Федерации комфортной автодорожной инфраструктурой.

Для Уральского Федерального округа реализация данного национального проекта становится особенно актуальной задачей, поскольку округ является важнейшим транспортным узлом, обладает развитой транспортной инфраструктурой, а также является привлекательным историческим местом для туристов. Однако дорожное покрытие на территории Уральского Федерального округа также вызывает множество вопросов [14].

Ближе к центру: г. Екатеринбург, г. Тюмень, и другие города миллионники, то здесь качество дорог не вызывает сомнений. Если же углубиться вглубь округа, то здесь, несмотря на усилия властей, качественное дорожное полотно имеется максимум на 35% дорог, не более. Конечно, в данном случае, все объясняется поставленными приоритетами, в первую очередь дорога ремонтируется на ведущих федеральных трассах, и на центральных улицах городов региона, а вот сельская местность остается напоследок. Причем в сельской местности регионов в 90% случаев проводится «ямочный» ремонт, который заключается в перекрытии только серьезных повреждений дороги, что в свою очередь имеет только временный характер, и хватает в большинстве случаев только на один сезон.

Еще одной не менее важной проблемой выступает развитие сельской местности в рамках реализации национального проекта «Развитие АПК». Развитие села во многом оказывает влияние на рост того или иного региона, а также на уровень жизни сельских жителей. Любое государство должно рассматривать развитие сельских территорий, как перспективный шаг к увеличению производства сельскохозяйственной продукции и валового продукта в целом. Социально-экономическая политика, направленная на развитие сельских территорий – это сфера взаимной ответственности государства, органов местного самоуправления, науки, бизнеса и гражданского общества.

Последние пять лет в нашей стране увеличивается численность населения старше трудоспособного и моложе трудоспособного, снижается численность населения трудоспособного возраста, а следовательно, увеличивается нагрузка на одного экономически активного человека. А с учетом неразвитости инфраструктурного развития сельских территорий как в культурной, инфраструктурной и прочих сферах, население стремится покинуть сельскую местность, и переехать в более крупные города региона. Сельская местность остается без экономически активного населения, что не может способствовать ее интенсивному развитию.

Не менее важной проблемой является реализация национального проекта «Экология». В частности, в своем выступлении Н. Цуканов особо подчеркнул, что «экологические проблемы стали настоящим вызовом для нашей страны, непосредственно влияя на качество жизни и здоровье людей».

Экологическая ситуация по данным государственной статистики на территории Уральского федерального округа в лучшем случае осталась в неизменном виде, а в ряде регионов (Свердловская, Курганская области) даже ухудшилась [6].

Таким образом, если смотреть объективно на реализацию национальных проектов на территории УФО они реализованы по состоянию на начало 2021 г. максимум на 50%. А с учетом усложнившейся экономико-социальной обстановки в регионах округа, по нашему мнению, разрыв в течение 2021 г. только будет увеличиваться. Так почему же на территории Уральского федерального округа сложилась такая ситуация с реализацией национальных проектов. Статистический анализ национальных проектов на территории Уральского федерального округа – это, прежде всего, показатель активности граждан. Также, актуальной проблемой является низкая заинтересованность населения, предпринимателей в вопросах реализации национальных проектов. Председатель Федерального собрания В. Матвиенко отметила, что проектами страны активно интересуются только 7% граждан. Общероссийский опрос службой государственной статистики, проведенный в феврале 2020 г., в котором приняли участие 1600

граждан в 80 регионах показал, что заинтересованных граждан всего 2 %, а 41% населения вообще ничего не слышали о «национальных проектах». Наиболее активными являются граждане от 45 до 59 лет, менее всего – молодежь 18 – 24 лет [6]. Причинами такой ситуации являются: незаинтересованность граждан в решении проблем, низкая мотивация, безынициативность, недостаток знаний, плохо проинформированы, бытовые проблемы, не заинтересованность в приложении усилий для улучшения собственного благосостояния.

Проведя анализ реализации национальных проектов на территории Уральского федерального округа, можно обозначить основные факторы, препятствующие их реализации. В первую очередь это организация управления, которая должна строиться с учетом взаимодействия различных уровней власти, а также органов местного самоуправления каждого субъекта РФ. Также, необходимо отметить, что на данном этапе основная часть средств на реализацию национальных проектов поступает из федерального бюджета. По плану же, в регионах должно происходить не только распределение поступающих средств, но и софинансирование. Однако с учетом того, что в 90% регионов округа наблюдается дефицит бюджета, особенно с учетом эпидемиологической обстановки, софинансирование невозможно в принципе, что вызывает определенные трудности.

Отсутствие компетентных специалистов также является немаловажной проблемой. Для реализации каждого национального проекта на территории округа необходимы специалисты не только в сфере реализации самого проекта, но и управленцы, которые являются основой проектного управления. Таким образом, реализация национальных проектов на практике сталкивается с тремя основными проблемами, которые тормозят развитие страны: низкий уровень организации управления, несоблюдение уровней софинансирования, межведомственная несогласованность и нехватка кадров.

Основным вопросом остается отсутствие должной организации в органах государственной власти различного уровня, что позволяет сделать вывод о некоторой незавершенности концептуальных положений реализуемости национальных проектов на региональном уровне.

В заключении можно сказать, что все проблемы реализации национальных проектов тесно связаны с неподготовленностью управленческих кадров всех уровней, при этом у них отсутствует культура проектного управления, а в стране не создана атмосфера нетерпимости к управленческой безграмотности непосредственных исполнителей, в том числе руководителей.

Вышеуказанные проблемы касаются не только Уральского федерального округа, но и всей территории Российской Федерации. На текущем этапе президент России В.В. Путин поручил правительству при участии Госсовета скорректировать нацпроекты с учетом новых национальных целей. При этом срок исполнения нацпроектов будет сдвинут с 2024 на 2030 г. «Нужно исходить из реалий», – отметил глава государства. В данном случае имелось в виду, что бюджеты нацпроектов по расходам не исполняются. Главой государства отмечено, что по состоянию на конец 2020 г. от запланированных расходов освоено только от 8 до 18%. Также интересно, что в отчете Министерства финансов РФ накануне прозвучала совсем другая цифра: «исполнены на 97,4%». На наш взгляд заставить успешно работать двенадцать национальных проектов на территории всей Российской Федерации стало экзистенциальной проблемой, а они не работают. Поэтому в 2021 г. началась организационная реконструкция основных составляющих национальных проектов, с учетом современной ситуации в экономике страны.

Обратившись к мнениям аналитиков, необходимо отметить, что, по их мнению, массовое внедрение вакцинации против коронавируса (COVID-19) идет полным ходом, а уровень инфицирования уже начинает снижаться, правительство надеется на восстановление экономики в этом году после относительно небольшого сокращения на 3,1% в 2020 году. По данным службы государственной статистики, и оценке ключевых экономических индикаторов, экономика России в 2021 г. уже начала свое восстановление после падения в 2020 г. Но несмотря на то, что Российская Федерация с достоинством выдержала новый удар по экономике, пандемия отбросила реализацию национальных проектов, и окончательная дата по реализации национальных проектов была переустановлена с 2024 года до 2030 года.

Новые инициативы России, связанные со значительным увеличением социальных расходов и расходов на национальные проекты, как обозначил В.В. Путин в своем послании Федеральному собранию в начале этого года (2021 г.), знаменуют собой новое начало в экономической политике России.

После продолжительных периодов приоритетности накопления сбережений и создания резервов экономика России переключается в режим расходов, при котором больший вес уделяется экономическому росту по сравнению с основным упором на обеспечение макроэкономической стабильности в прошлом. Фактически, российская экономическая модель становится более открытой и ориентированной на развитие по сравнению с защитным режимом экономической политики, который стремился минимизировать внешние шоки и уделять приоритетное внимание самообеспеченности и импортозамещению.

Возвращаясь к теме исследования, считаем, что для успешной реализации национальных проектов в органах государственной власти Уральского Федерального округа, и страны в целом необходимо предпринять ряд ключевых шагов.

В первую очередь на основании мониторинга отчетов о реализации национальных проектов на территории Уральского Федерального округа, выделить ключевые проблемы, препятствующие достижению плановых показателей. Также на основании изменения текущей ситуации в экономическом пространстве страны необходимо скорректировать ключевые показатели достижения, исходя из специфики развития каждого субъекта РФ в составе Уральского Федерального округа.

Необходимо в обязательном порядке внести коррективы в организационную составляющую управления проектами: проработать взаимосвязи между всеми уровнями власти (федерального, регионального и муниципального уровней).

Изменить подходы к назначению ключевых должностей в органах власти.

На наш взгляд более всего в данном случае подходит компетентностный подход, основанный на наличии у кандидатов необходимой квалификации и компетенций для осуществления каждого национального проекта. С учетом того, что новый этап национальных проектов запланирован до 2030 года, необходимо уже сейчас проработать все указанные изменения, и внести корректировки в паспорта национальных проектов, чтобы обеспечить их своевременную реализацию. Однако данная тема очень обширна, и на наш взгляд требует более глубоких исследований.

Список источников

1. Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»//Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 03.05.2021).
2. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию 20 февраля 2019 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/59863> (дата обращения: 06.05.2021).
3. Бондарева Н.Н., Комков Н.И. Организационно-методические вопросы разработки и реализации национальных проектов // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10. № 3. С. 369–379.
4. Иванов О.Б., Бухвальд Е.М. Инвестиционные приоритеты в стратегиях социально-экономического развития регионов России // ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. 2018. № 2. С. 31–47.
5. Стратегия социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2030 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902307635> (дата обращения: 06.05.2021).
6. Материалы сайта Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru> (дата обращения: 03.05.2021).

7. Бедняков А.С., Миэринь Л.А. Национальные проекты как инструмент реализации национальных целей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/natsionalnye-proekty-rossii-problemy-i-resheniya> (дата обращения: 05.05.2021).
8. Запорожан А.Я. К вопросу о реализации национальных проектов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.acjournal.ru/jour/article/viewFile/1102/1036> (дата обращения: 05.05.2021).
9. Зенцова Е.А. Реализация национальных проектов: общие цели, общие задачи [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bftcom.com/expert-bft/5629/> (дата обращения: 05.05.2021).
10. Серкова К.Я. Проблемы реализации государственных программ и пути их решения // Journal of Economy and entrepreneurship, 2016.- № 12.- С.45-58.
11. Табах А.О. Национальные проекты: ожидания, результаты, перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/national_project_2020/ (дата обращения: 05.05.2021).
12. Травников А.И. Тринадцатый национальный проект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nso.ru/news/38700> (дата обращения: 05.05.2021).
13. Шилков Д.Е. Многочисленные изменения НП «Цифровая экономика» осложняют мониторинг ее реализации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ach.gov.ru/news/danil-shilkov-mnogochislennye-izmeneniya-np-tsifrovaya-ekonomika-oslozhnyayut-monitoring-ee-realizats>
14. Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс]: Официальный сайт Росстата. – URL: <https://www.gks.ru> (дата обращения: 02.04.2020).

УДК 664.61

ФАКТОРЫ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НИХ

МАЦАКОВА Н. В.,

к.т.н., доцент

КЕРИМОВА Э. И.

студент

ФГБОУ ВО Кубанский государственный технологический университет

Аннотация: Изучение среды организации — это процесс определения критически принципиальных частей внешней и внутренней сред, которые могут повлиять на возможности компании в решении собственных задач. Изучение среды делает ряд принципиальных функций в работе компании. Улучшает учет более принципиальных причин, влияющие на компанию и её будущее, помогает сделать подходящее воспоминание о для себя, обеспечивает сведениями, нужной для лучшей реализации рабочих функций.

Ключевые слова: факторы, пекарня, внутренняя среда, внешняя среда, инфраструктура, методы.

ENVIRONMENTAL FACTORS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES: EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT OF ENTERPRISE AND FACTORS AFFECTING THEM

Matsakova N. V.,**Kerimova E. I.**

Abstract: The study of the organization's environment is the process of identifying critical parts of the external and internal environments that can affect the company's ability to solve its own problems. The study of the environment makes a number of fundamental functions in the work of the company. Improves the consideration of more fundamental reasons affecting the company and its future, helps to make a suitable memory for yourself, provides information necessary for the better implementation of work functions.

Key words: factors, bakery, external environment, internal environment, infrastructure, methods.

Процесс изучения организационной среды начинается с определения главных частей внутреннего и наружного места компании. После того, как эти элементы определены, компания обязана выделить те из них, являющиеся для нее более необходимыми: их называют критическими точками. Потом компания собирает нужную данные о критичных точках.

Цель: упорядочить и разъяснить методы и инструменты анализа внешней и внутренней среды пекарни

Внешняя среда - это факторы и условия окружающей среды, которые влияют на функционирование самой пекарни и требующие её соответственного реагирования. [1, с. 78]

Любая организация зависит от наружной среды. Однако из-за того, что наружная среда свой-

ственной неизвестностью, трудностью и подвижностью. Неизвестность наружной среды разъясняется отсутствием инфы о факторах и её низкой достоверностью. Трудность наружной среды может определяться количеством определенных причин, на которые организация обязана проявлять реакцию, также их изменчивостью. Причины наружной среды организации делят на две группы:

- прямого воздействия,
- косвенного воздействия.

Среда прямого действия содержит, прежде всего, соперники, пользователи, кредитно-финансовые учреждения, поставщики сырья, комплекс инфраструктурных объектов, нужная для коммерции, городские и муниципальные организации и властные структуры.

Эти причины, могут не оказывать прямого воздействия на пекарню, но тем или иным образом влиять на её функционирование. [2, с. 21-37]

Рассмотрим больше тщательно причины прямого действия.

Сначала, на работу пекарни напрямую оказывают влияние работники. Они могут существенно влиять на покупателей, предлагая неповторимые товары либо услуги, гарантируя высочайшее качество и сроки поставки, устанавливая больше низкие цены и т. д.

Конкуренты оказывают воздействие такое же мощное, как и работники. Производя такую же продукцию и продавая на том же рынке подобные компании попадают в категорию возможных соперников. И при анализе менеджеры должны не только оценить, как сильна конкурентность, но и выявить свои конкурентоспособные достоинства и создать конкурентную стратегию.

Инфраструктура. Это часть бизнес-среды, предоставляющая организации нужные трудовые, информационные, денежные ресурсы, аудиторские, транспортные, консультационные, страховые и иные услуги. Комплекс инфраструктурных объектов содержит в себе ряд компаний, таковых как биржи, банки, кадровые и маркетинговые агентства, аудиторские и консультационные компании, арендаторы, лизинговые компании, стальные дороги, охранные агентства.

Государство. Оно может включать принятие законов и остальных законодательных актов, определяющих законодательные рамки бизнеса, частичное либо полное владение акциями, предоставление дотаций, предоставление лицензий, сбор налоговых платежей и контроль. их оплаты,

Задача руководства предприятия - кропотливо рассматривать изменения причин прямого действия и стремительно проявлять реакцию на эти изменения.

Рассмотрим группу факторов косвенного воздействия.

Финансовая среда предприятия описывает условия для сотворения, деятельности и продуктивности её работе. Это покупательная способность жителей, которая в свою очередь зависит от уровня налоговой системы, уровня безработицы и т. д.

Чрезвычайно главную роль в работе компании играет правовая среда - это законы и иные законодательные акты, которые устанавливают применимые эталоны осуществления коммерческой деятельности компании. Законность коммерческих операций, законность заключения и выполнения определенных договоров, способность урегулировать конфликты и иные трудности, связанные с работой бизнеса, которая осуществляется в согласовании с работающим нормативно-правовыми актами, зависят от познаний и опыта. [3, с. 4-9]

Научно-технический прогресс включает технологические и научные причины. На их базе компании могут создавать новые товары и обновлять старые, разрабатывать новые и облагораживать старые технологические процессы.

Природно-географическая среда охарактеризовывает экологическую положение дел и природные условия, в которых работает компания. Это предполагает наличие и доступность энергетических ресурсов, сырья, сезонных и погодных критерий, а также нарушение естественного баланса природы и степени загрязнения.

Рынок труда содержит в себе образовательные учреждения, службы занятости, кадровые агентства, биржи труда и т. д., с которыми компания напрямую ведет взаимодействие и устанавливает отношения для приобретения нужного людского капитала.

Изменения внешней среды очень действуют на деятельность компании.

Это принуждает их отыскивать методы улучшения сотрудничества и приспособливаться.

Внутренняя среда организации является частью общей среды изнутри организации. Это оказывает неизменное и прямое воздействие на то, как работает организация.

Внутренняя среда организации – это та часть общей среды, которая располагается в рамках организации. Она оказывает неизменное и самое конкретное действие на функционирование организации. Внутренняя среда имеет несколько срезов, любой из которых включает набор главных действий и частей организации, состояние которых в общей сложности описывает тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация.

1. Кадровый срез внутренней среды охватывает подобные процессы, как сотрудничество менеджеров и рабочих; найм, обучение и продвижение кадров; оценка итогов труда и стимуляция; создание и поддержку отношений меж работниками и т.п.

2. Организационный срез содержит в себе: коммуникационные процессы; организационные структуры; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархию подчинения.

3. В промышленный срез входят изготовление продукта, снабжение и ведение складского хозяйства; сервис технологического парка; воплощение исследовательских работ и разработок.

4. Рекламный срез внутренней среды компании охватывает все те процессы, которые соединены с реализацией продукции. Это стратегия продукта, стратегия ценообразования; стратегия продвижения продукта на рынке; выбор рынков сбыта и систем распределения.

5. Финансовый срез содержит в себе процессы, которые связаны с обеспечением действенного использования и движения денег в организации. А именно, это поддержку платежеспособности и обеспечение доходности, создание возможностей вкладов и т.п.

Внутренняя среда вроде бы всецело пронизывается организационной культурой, которая так же, как перечисленные выше срезы, обязана подвергаться самому суровому исследованию в процессе изучения внутренней среды организации.

Представление об организационной культуре дает наблюдение того, как работники работают на собственных рабочих местах, как они разговаривают вместе, чему они отдают предпочтение в дискуссиях. Кроме того осознание организационной культуры может быть усовершенствовано, если ознакомиться с тем, как построена система карьеры в организации и какие аспекты служат для продвижения сотрудников.

Список источников

1. Мескон М.Х. Основы менеджмента / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. -3-е изд. - М.: Вильямс, 2006. - с. 78
2. Глухов В.В. Менеджмент: учебник: Питер, 2006. 608с.; - с. 21-37
3. Пансков В.Г. О налоговой политике в контексте становления инновационной модели развития российской экономики // Налоговая политика и практика. 2008. N 6. - с. 4-9

МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

ИНТЕГРАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КАК НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

БИККУЛОВА ИЛЬМИРА РОБЕРТОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва»

Аннотация: В работе выделены отличительные характеристики интегративной концепции маркетинга от традиционной концепции. Предложено собственное определение интегративной концепции маркетинга. Даны рекомендации для эффективного функционирования модели интегративной концепции маркетинга для современных организаций. Актуальность темы исследования обусловила необходимость совершенствования систем управления, которые сохраняют высокий потенциал развития в сложившейся кризисной ситуации, обусловленной пандемией коронавирусной инфекции.

Ключевые слова: маркетинг, концепции маркетинга, гармонизация интересов, COVID-19, цифровая экономика, персонализированный сервис, конкурентные преимущества, инструменты маркетинга.

INTEGRATIVE CONCEPT OF MARKETING AS A NEW CONCEPT OF MANAGING A MODERN ORGANIZATION

Bikkulova Ilmira Robertovna

Annotation: The paper highlights the distinctive characteristics of the integrative concept of marketing from the traditional concept. Proposed own definition of the integrative concept of marketing. Recommendations for the effective functioning of the model of the integrative concept of marketing for modern organizations are given. The relevance of the research topic has necessitated the improvement of management systems that maintain a high development potential in the current crisis situation caused by the coronavirus pandemic.

Key words: marketing, marketing concepts, harmonization of interests, COVID-19, digital economy, personalized service, competitive advantages, marketing tools.

Среди специалистов-маркетологов, в научном сообществе получили широкое развитие классические концепции маркетинга, сформулированные еще Ф. Котлером [1]. Сложившаяся на сегодняшний день система знаний позволяет уверенно говорить о возможности и целесообразности рассмотрения организации как особого рынка, на котором присутствуют производители и потребители определенных продуктов [2, с. 23]. Такой рынок можно охарактеризовать как интернальный, что естественным образом ведет к понятию интернального маркетинга, в основе которого лежит следующее утверждение – работник организации обладает комплексом потребностей, связанных с трудом, и только в случае удовлетворения этих потребностей обеспечивается высокая эффективность труда, качество выполняемой работы, уровень исполнения работником своих профессиональных обязанностей [3, с. 34].

Системность указанных видов действий, их взаимосвязь и взаимообусловленность, необходимость их интеграции позволяют очертить еще одну концепцию маркетинга и идентифицировать ее как интегративную. Представляется, что интегративная концепция маркетинга в силу своей системности и многоаспектности является основой для трансформации разнообразных и часто разрозненных марке-

тинговых усилий в полноценный механизм действий, позволяющих рационализировать управленческий процесс. Таким образом, интегративная концепция маркетинга представляет собой комплексную систему управления предприятием, в которой интегрированы маркетинг, предпринимательские способности и инновационность, а также способствующая завоеванию устойчивых конкурентных преимуществ предприятия с синергетическим эффектом.

Сравнительная характеристика маркетинговых концепций предприятия в контексте их реализации представлена в таблице 1 [4;5].

Таблица 1

Сравнительная характеристика концепций маркетинга предприятия

Аспект	Концепция классического маркетинга	Интегративная концепция маркетинга
Стратегическая ориентация	Ориентация на клиента (рынок).	Ориентация на инновации (идеи).
Подход к разработке маркетинговой стратегии	Подход «сверху вниз»: сегментация потребителей, таргетинг, позиционирование товара.	Подход «снизу вверх»: ориентация на ограниченную базу клиентов, дальнейшее расширение.
Изучение рынка	Формализованные исследовательские и разведывательные системы.	Неформальные связи и сбор информации.
Товарная политика	Решение по потребностям принимаются на основе исследований рынка товаров и услуг	Товар создается на основе потребностей на основе разработки инновационных товаров и услуг
Ценовая политика	Цена формируется на основе данных по затратам на производство и реализацию товаров и услуг	Цена формируется на основе ценностных характеристик, затребованных покупателем
Политика продвижения	Применяется в основном медиа-каналы	Применяются нетипичные методы продвижения (формирование культа товара, вирусный маркетинг, «сарафанное радио»)
Кадровая политика	Строго формализованная организационная структура отдела маркетинга с четко закрепленными должностными инструкциями	Гибкая организационная структура отдела маркетинга
Подход к сегментации рынка	Сегментация проходит по демографическому, географическому, психографическому и поведенческому признакам	Предприятие само ищет скрытые потребности и, как следствие, создает целевой сегмент, что приводит к отсутствию прямой конкуренции
Стратегия сбыта	Эксклюзивный, селективный, интенсивный сбыт	Целенаправленно ограничить распространение товара и создать «дефицит», тем самым создавая спрос
Конкурентная стратегия	Стратегия алого океана (большое количество конкурирующих фирм на рынках)	Стратегия голубого океана (формирование спроса только на тех рынках, где практически нет конкурирующих фирм)
Бюджет маркетинга	Минимум затрат и менее разнообразные маркетинговые мероприятия, или максимум затрат и более разнообразные маркетинговые мероприятия	Минимум затрат, более разнообразные маркетинговые мероприятия

Таким образом, исследовав характеристики концепций по таблице 1, видно, что интегративная концепция маркетинга является не только клиентоориентированным, но и ориентированным на предприятие и инновации, что создает синергетический эффект, а также является набором проактивных средств для принятия потенциальных рисков, использования новых возможностей с ориентацией на конкретный результат, получения конкурентных преимуществ для предприятия.

Клиент и предприятие как равноценные объекты формируют стратегию, поведение и культуру предприятия. Предприятия, реализующие интегративная концепция маркетинга, являются менее иерархичными, а значит могут лучше адаптироваться к динамичным условиям внешней среды, что также способствует получению дополнительных конкурентных преимуществ.

Таким образом, в отличие от традиционных концепций маркетинга организации, интегративная концепция маркетинга является более гибкой системой и наилучшим образом подходит для современного бизнеса. Для эффективного функционирования модели интегративной концепции маркетинга целесообразно:

а) мотивировать всех сотрудников предприятия на поиск новых маркетинговых идей. Данная задача облегчается тем, что если размеры предприятия небольшие, то все сотрудники (отделы) тесно взаимосвязаны друг с другом, топ-менеджмент предприятия «открыт» для каждого сотрудника;

б) ввиду ограниченности финансовых средств предприятия следует применять нематериальные методы поощрения, например, автора новой идеи назначить куратором соответствующего проекта. Это позволит выявлять новые таланты среди сотрудников фирмы, стимулировать их профессиональный и личностный рост, а также способствовать их продвижению;

в) привлекать сотрудников для исполнения определенных ролей, а не видов работ. Роль интеграторов должны исполнять опытные маркетологи, имеющие широкий круг знаний и навыков. В свою очередь роль узких специалистов могут выполнять как постоянные сотрудники предприятия, так и привлеченные специалисты со стороны, что позволит экономить средства и не расширять штат предприятия;

г) создать гибкую организационную структуру, в которой отсутствовали бы жестко закрепленные должностные обязанности сотрудников, что позволило бы в нужное время назначать определенных сотрудников на выполнение конкретных ролей и быстрее реализовывать инновационные идеи.

Таким образом, на основе всего вышеизложенного можно сделать выводы, что маркетинг и современное предприятие имеют много общего: стремление к использованию возможностей, внедрение новых правил конкуренции, попытки создать ценность для клиентов, применение инновационных техник. Бизнес может получить значительную выгоду от использования обеих концепций, интегрируя их в единый способ мышления и действия. Интегративная концепция маркетинга еще в пути своего развития, завоевывая свое право на существование как теории и как практического инструмента. Можно утверждать, что на данный момент интегративная концепция маркетинга достигает своей зрелой стадии, поскольку определены дальнейшие перспективы его изучения и развития, а именно: разработка теории, принципов и инструментов для помощи бизнесу выжить и процветать во все более непредсказуемой деловой среде в условиях пандемии и локдаунов.

Список источников

1. Kotler P. Marketing Management [11th ed.] [Electronic source]. – Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 2003. – URL: <http://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2008940>
2. Песоцкая Е. В. Концепции маркетинга в управлении предпринимательской деятельностью на рынке туристских услуг // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, № 1. – С. 23-37.
3. Юлдашева О. У. Типология маркетинговых моделей во взаимосвязи с эволюцией теории стратегического управления // Вестник факультета управления. – СПбГ-ЭУ. – 2017. – № 1-1. – С. 347-352.
4. Мещерякова А. Б. Развитие концепции маркетинга как инструмента гармонизации интересов участников рыночных взаимоотношений // Вестник ИМСИТа. – 2021. – № 1 (85). – С. 56-59.
5. Вострокнутова В. С. Концепция комплекса маркетинга // Научно-исследовательский центр «Technical Innovations». – 2021. – № 8. – С. 8-12.

УДК 336

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ БАНКОВСКИХ КАРТ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

КАЛИКАНОВА ЕВГЕНИЯ ВАЛЕРЬЕВНАстудент
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева»

Аннотация. Развитие рынка банковских услуг с применением пластиковых карт началось в начале 20 века, с тех пор как и внешний вид так и технология их использования претерпела множество изменений. Сегодня рынок банковских карт продолжает развиваться, что связано с высокой конкуренцией среди кредитных организаций. Применение банковских карт развито практически во всех странах мира, но в некоторый этот опыт более развит, в других развит слабо. Целью написания научной статьи является проведение сравнительного анализа применения банковских карт в России и за рубежом. Результатом проведенного исследования является определение проблем рынка банковских карт на отечественном рынке и методы их решения.

Ключевые слова: банковские услуги, кредитные карты, дебетовые карты, пластиковые карты, безналичные денежные средства.

Annotation. The development of the market for banking services using plastic cards began at the beginning of the 20th century, since then, both the appearance and the technology of their use have undergone many changes. Today, the Bank card market continues to develop, which is due to high competition among credit institutions. The use of Bank cards is developed in almost all countries of the world, but in some countries this experience is more developed, in others it is poorly developed. The purpose of this research article is to conduct a comparative analysis of the use of Bank cards in Russia and abroad. The result of the research is to identify the problems of the Bank card market in the domestic market and methods for solving them.

Key words: banking services, credit cards, debit cards, plastic cards, non-cash funds.

В настоящее время рынок банковских услуг интенсивно развивается. Особенной популярностью среди населения пользуются пластиковые банковские карты. Данные карты в настоящее время выпускаются в виде дебетовых и кредитовых карт. Использование и тех и других карт ежегодно увеличивается, данный факт связан с тем, что сейчас большая часть расчетов по покупкам совершается посредством карт. Заработную плату практически все работодатели перечисляют на дебетовые карты. Кредитные карты также являются картами с высоким спросом, в связи с удобством их использования. Рынок банковских карт развивается повсеместно, такой опыт представляет большой интерес для отечественного опыта. Перечисленные выше аспекты указывают на актуальность исследования.

Многие ученые экономисты проводят исследования в области банковских услуг посредством применения пластиковых карт. Рассмотрим некоторые взгляды авторов на понятие банковских карт (таблица 1).

Данные представленные в Таблице 1 указывают на противоречивые взгляды авторов на понятие «банковская карта», но тем не менее проведя анализ авторского взгляда, автор научной статьи пришел к выводу, о том, что под банковской картой понимается инструмент по безналичному расчету, который имеет свою идентификационную информацию о держателе карты.

Таблица 1

Взгляды авторов на понятие банковских карт

Автор	Описание термина «банковская карта»
Г. Г. Коробова [8]	Банковская карта – вид платежной карты, эмитированной кредитной организацией – эмитентом и предназначенной для совершения ее держателем операций, расчеты по которым проводятся в соответствии с договором, заключенным с кредитной организацией — эмитентом.
О. И. Лаврушин, Н. И. Валенцева [9]	Пластиковая карта – обобщающий термин, который обозначает все виды карт, разных по назначению, набору оказываемых с их помощью услуг, а также по техническим возможностям и организациям их выпускающим.
Е. Ф. Жуков [7]	Банковская карта – это именной денежный документ, удостоверяющий личность владельца и наличие счета в банке.
А. С. Воронин [2]	Пластиковая карта – это многоразовый платежный и кредитный инструмент длительного пользования, обладающий наиболее высокой на сегодня степенью защиты от подделок и к тому же содержащий идентификационную информацию о держателе карточки, позволяющую производить проверку его платежеспособности.
Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский [10]	Карточка пластиковая – обобщающее понятие для документа различных видов расчетных платежных систем.

В зарубежных странах в большей степени используются банковские карты. Платежи с использованием банковских карт в некоторых странах достигают 90%, в Российские практики в большей степени банковские карты (дебетовые) используются в виде сберегательного счета для дальнейшего получения наличных средств. Кредитовые карты также в России не имеют такого спроса, как в зарубежных странах. В США, например, у населения имеется несколько кредитных карт, которые находятся в постоянно пользовании, в то время как в России, имеющиеся у населения кредитные карты в большинстве случаев остаются не активированными. На рисунке 1 представим данные о количестве банковских карт на одного человека на 01.01.2020 г. в разрезе нескольких стран.

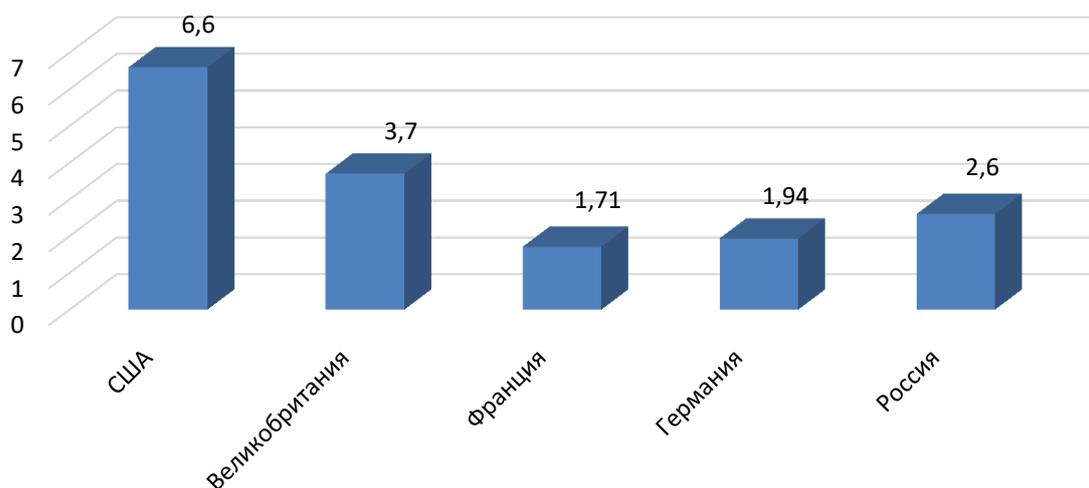


Рис. 1. Количество банковских карт на одного человека в разрезе различных стран на 01.01.2020 г., шт.

Итак, мы видим, что лидером по использованию банковских карт в настоящее время является США, меньше всех используют карты жители Франции. В России на 1 человека приходится 2,6 карты. Такое большое количество карт на одного человека в США характеризуется тем, что жители Америки используют кредитные карты в повседневной жизни часто, и как говорилось выше, их количество на 1 одного человека всегда несколько.

Если рассматривать операции с использованием банковских карт, то можно сделать вывод о том, что, не смотря на увеличение количества и качества использования банковских пластиков карт, на отечественном рынке уровень операций все еще значительно ниже, чем в других странах (рисунок 2).

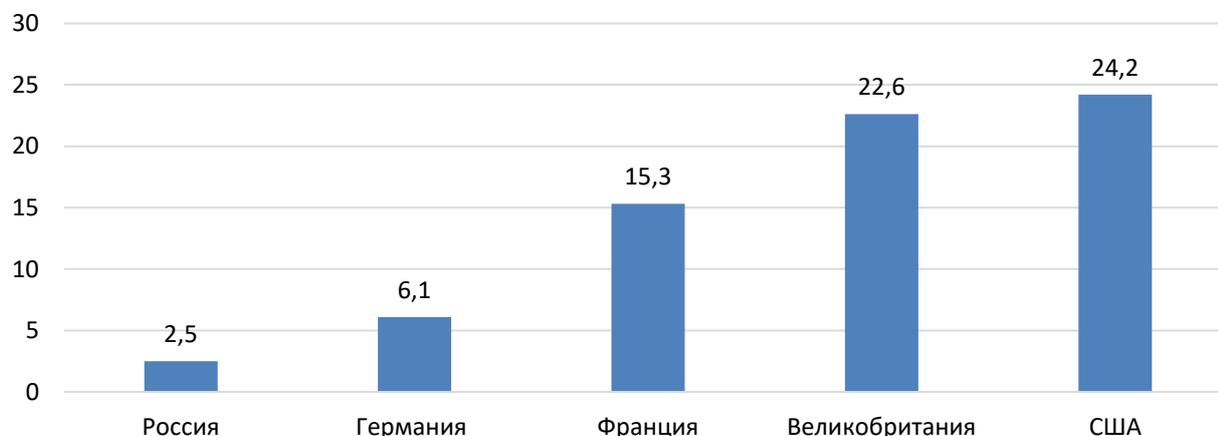


Рис. 2. Объемы безналичных расчетов с использованием банковских карт (в % к ВВП) на 01.01.2020 г.

Итак, проведенное исследование показало, что в 2019 году операции по безналичному расчету с использованием банковских карт в России составило 2,5% от ВВП. Данное значение среди исследуемых стран является самым низким. Лидером по безналичному расчету посредством пластиковой карты является США (24,2%), далее идет Великобритания (22,6%). Во Франции расчеты безналичным методом составили 15,3% от общего объема ВВП. Германии данный показатель составил 6,1%.

Проведенное исследование в очередной раз указывает на то, что несмотря на наличие банковской карты у жителей страны, ими пользуются для оплаты услуг и своих потребностей небольшое количество. Это доказывает и приведенный ниже рисунок 3.



Рис. 3. Структура операций по выдаче наличных денежных средств посредством банкоматов и безналичных операций при помощи POS – терминалов с использованием банковских карт на 01.01.2020 г.

Данный рисунок в очередной раз доказывает, тот факт, что в России банковские карты используются для хранения денежных средств с последующим их снятием. В исследуемых зарубежных странах

анализ выявил, что в США 85% держателей банковских карт используют карты для безналичного расчета, и лишь 15% для снятия денег. В Великобритании 72% держателей карт пользуются банковскими картами для осуществления безналичных платежей. Во Франции 80% от общего количества держателей карт применяют их для безналичной оплаты своих нужд. В Германии практически одинаково держатели банковских карт применяют карты (для снятия денежных средств и для безналичного расчета).

Мы видим, что в России использование банковских карт существенно отличается от зарубежных практик. Рассмотрим факторы, которые сдерживают развитие рынка банковских карт в России, а также предложим мероприятия по снижению негативного влияния от данных факторов.

1. Слабое развитие инфраструктуры по приему безналичных платежей в мелких розничных магазинах и сетях. Данный факт можно объяснить дорогой стоимостью эквайринга. Вследствие чего, мелкий бизнес в России вынужден отказываться от предоставления безналичного расчета. Данную проблему возможно решить либо законодательно, ввести обязательный эквайринг во всех организациях и предприятия, независимо от их размера. А также данную проблему можно решить посредством снижения стоимости эквайринга. Но также представленная выше проблема сможет решиться сама, когда спрос на безналичный расчет в мелких розничных магазинах и сетях будет слишком высок и тогда руководители данных организаций будут вынуждены использовать терминалы для безналичных расчетов.

2. Недостаточная по сравнению со странами Запада сеть устройств самообслуживания. Не все отечественные банки могут себе позволить держать разветвленную сеть обслуживания. Возможным выходом из данной ситуации может стать объединение банкоматов мелких коммерческих банков в единую сеть и отмена комиссии за снятие наличных средств в банкоматах-партнеров.

3. Менталитет граждан России, который в данной ситуации проявляется в отторжении различного рода нововведений, в том числе необходимости использования банковских карт для совершения платежей. Не во всех населенных пунктах России имеется возможности использования банковских карт в связи с большой удаленностью от городов, поселков. Также не каждый человек зрелого возраста принимает данное новшества в связи с низкой информационной составляющей данной банковской услуги.

Таким образом, проведенное исследование показало, что, в настоящее время не смотря на широкое распространение банковских карт, России по сравнению с зарубежными странами в весьма низком процентном соотношении использует банковские карты для безналичного расчета по платежам. Также проведенное исследование показало, что в России большая часть населения использует банковские карты как способ сохранения денежных средств для дальнейшего снятия через терминалы наличных денежных средств. На низкое использование банковских карт для безналичной оплаты влияет несколько факторов, а именно отсутствие платежных систем в мелкорозничных организациях; недостаточная сеть самообслуживания; недостаточная информация в области применения банковских карт среди населения.

Список источников

1. Анч М. В. Рынок пластиковых карт в России: особенности и перспективы развития / М. В. Анч // Банковское дело. — 2020. — 5. — С.69-71.
2. Богданова С. Ю. Настоящее и будущее пластиковых карт / С. Ю. Богданова // Банковское дело. — 2018. — №9. — С. 12-13.
3. Кобзева О. А. Об особенностях рынка пластиковых карт / О. А. Кобзева // Московская деловая газета «Бизнес». — 2018. — №2. — С. 13-18.
4. Коровяковский Д. Г. Проблемы развития пластиковых карт в России / Д. Г. Коровяковский // Финансы и кредит. — 2017. — №47. — С. 24-28.
5. Латышева Н. В. Некоторые аспекты развития платежных технологий в России и странах дальнего зарубежья // Финансы и кредит. — 2019. — №12. — С. 30-38.
6. Чураков М. С. Электронные денежные расчеты с применением пластиковых карт: правовые проблемы использования банковской инновации на российском рынке / М.С. Чураков // Закон и право. — 2018. — № 8. — С. 103-107.

© Е.В. Каликанова, 2022

УДК 33

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

БЕКЕТ НАРКЫЗ МУХИТКЫЗЫмагистрант, 2 курс
Российский Университет Дружбы Народов

Аннотация: В данной статье рассмотрены маркетинговые технологии, методы и стратегии развития бизнеса во время пандемии. Выделены основные этапы маркетинговой стратегии. Рассмотрены стратегии, которые могут помочь удержать бизнес на плаву. Рассмотрены примеры изменения бизнеса в условиях пандемии, на основе данных, и исследованиях по всему миру и в том числе по Казахстану. Выделены основные рекомендации по ведению бизнеса в новых реалиях.

Ключевые слова: Маркетинговая технология, маркетинговая стратегия, пандемия, бизнес, входящий маркетинг, социальные сети, цифровые технологии.

MARKETING TECHNOLOGIES FOR BUSINESS DEVELOPMENT DURING THE PANDEMIC

Abstract: This article discusses marketing technologies, methods and strategies for business development during a pandemic. The main stages of the marketing strategy are highlighted. Strategies that can help keep the business afloat are considered. Examples of business changes in the context of a pandemic are considered, based on data and research around the world, including in Kazakhstan. The main recommendations on doing business in the new realities are highlighted.

Key words: Marketing technology, marketing strategy, pandemic, business, inbound marketing, social networks, digital technologies.

В период пандемии многие предприниматели ощутили трудности в своем бизнесе. Возник ряд серьезных вопросов для практически всех организаций: как изменится их бизнес, как изменится поведение покупателей и что будет дальше, после карантина. Но существуют различные варианты для предпринимателей, которые могут позволить остаться на плаву и даже прекрасно развивать бизнес в новой среде. Во время карантина и самоизоляции снизилось привычное потребление услуг и товаров. Традиционная торговля оказалась неэффективна в новых условиях. Упали доходы и прибыль. В такое неоднозначное время оказалось, что цифровые технологии, это практически наше будущее. Также оказалось, что туризм и подобные различные услуги не могут составлять основу экономики страны, особенно во время пандемии. Производство товаров для основных отраслей обеспечения жизнедеятельности населения вместе с необходимыми онлайн услугами – реальная основа для развития предпринимательства и крепкой экономики любой страны в настоящее время и в ближайшем будущем.

В связи с новыми реалиями возникла необходимость для появления определенных маркетинговых технологий для развития бизнеса во время пандемии. Во-первых, для любого бизнеса необходима маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия – это комплексный план по достижению коммерческих планов. Любая маркетинговая стратегия должна всегда ориентироваться на следующие 4 этапа:

1. Привлечение внимания потенциальной аудитории;
2. Генерация лидов;
3. Конверсия;
4. Удовлетворение и предвосхищение потребности, с целью повторных продаж.[1]

В связи с настоящей ситуацией этих пунктов уже недостаточно. И тогда на помощь приходят цифровые технологии. И появляется новое понятие цифровой маркетинг. Сейчас практически невозможно представить бизнес без интернета. В период пандемии маркетинг тоже поменялся. Если раньше цифровые методы были дополнением к традиционным, то теперь наоборот традиционные методы превращаются в дополнительные, без которых уже точно не обойтись. Существует три элемента, составляющих основу цифрового маркетинга на рис. 1.



Рис. 1. Структура цифрового маркетинга

Контент-маркетинг – это создание необходимой информации для помощи пользователю. Это может быть информация в любой форме: печатной, онлайн, аудио, видео и т.д. Сейчас в Казахстане зарегистрировано более 430 тысяч организаций. Всего веб-сайтов в Казахстане около 20,000.

SMM – маркетинг (Social Media Marketing) – это маркетинг с помощью социальных медиа. Основные сети для обмена информацией: Фейсбук, ВКонтакте, Ютуб, Инстаграм, Тис-Тос и другие.

Email – маркетинг. Сейчас невозможно представить бизнес без электронной почты. Это самый быстрый и простой способ обмена письмами.

Существует несколько стратегий, которые могут помочь многим организациям найти баланс в это непростое время.

1. Принципы кризисных коммуникаций

Пандемия способствует экономическому спаду, который, естественно, затрагивает большое количество предприятий. Главный подход данной стратегии, это если вам нечего сказать конструктивного или полезного, лучше вообще ничего не говорить. Если возникла необходимость закрыть офис или ограничить свою производственную деятельность, необходимо быть открытым для клиентов и нужно также отправить им сообщение с точной информацией. Также необходимо поддерживать своих постоянных клиентов, чтобы показать свою благодарность и заботу о них.

2. Создание дружелюбного отношения вокруг вашего бизнеса

Можно разработать стратегию входящего маркетинга и создать контент для привлечения новых клиентов. Можно использовать различные блоги, видео и другие материалы. Сейчас как раз хорошее время для контента маркетинга. Можно перенести свою маркетинговую стратегию на социальные сети. Например: практические руководства, интервью, личные сообщения, виртуальное обучение, шоу или вебинары и т.д. Таким образом вы даете возможность своей аудитории взаимодействовать с компанией без покупок.

3. Не нужно продавать во время пандемии

Предоставление акций и скидок может показаться покупателем, что компания пользуется кризисом. Ведь многие потребители остались без работы и им необходимо видеть, как организация может сделать их жизнь проще и легче. Необходимо сосредоточиться на том, чтобы быть ясными, общительными и поддерживающими, а не извлекать выгоду из пандемии. И когда все наконец закончится у потребителей останется положительное впечатление о компании. [2]

Как уже было сказано выше в период пандемии необходимо использовать интернет для работы. Необходимо также обратить внимание, что нужды и запросы потребителей тоже изменились. Сейчас в период пандемии появилось множество различных онлайн-услуг и сервисов. Скорее всего и после карантина привычка покупать онлайн тоже сохранится, поэтому нужно адаптировать свой бизнес под новые цифровые нужды. С начала марта количество поисковых запросов со словами «онлайн-покупки» и

«как покупать в интернете» по всему миру выросло вдвое. По данным Nielsen число онлайн-покупок в сфере FMCG достигло пиковых значений во второй половине марта. Также возрос интерес к поисковым запросам «онлайн уроки», «тренировки онлайн» и т.д. Таким образом понятно, что популярность онлайн-сервисов и онлайн-магазинов растет. Многие компании уже перешли на цифровые технологии. Это необходимо, чтобы держаться на плаву.

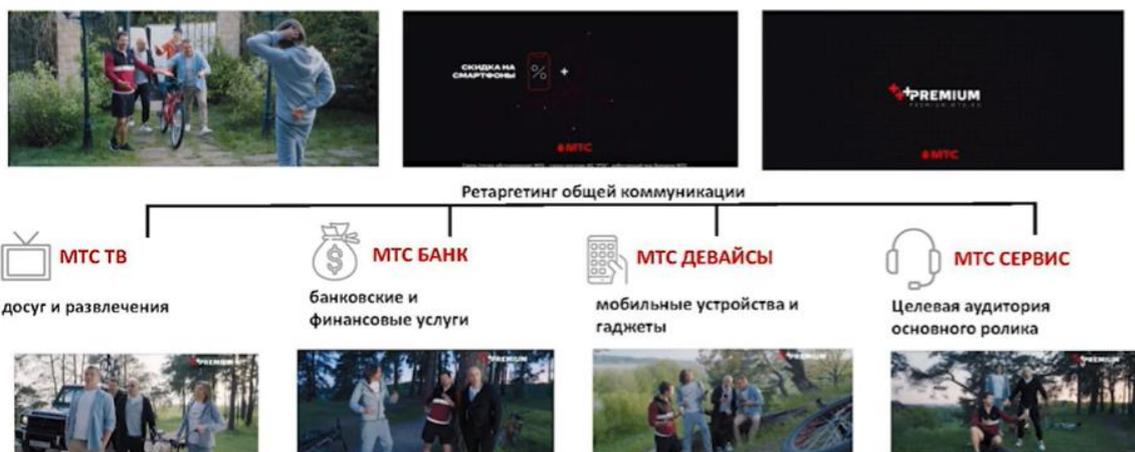
Новый отчет McKinsey показывает, что из-за пандемии поведение потребителей изменилось, и большая часть компаний адаптируют свои бизнес-модели под цифровой формат. На смену офисной работе пришла удаленная. Конечно, многие компании возвращаются к традиционному способу работы, но все-таки в будущем процессы будут строиться более гибко. Кроме того, растет спрос на офисное оборудование и технологии для дома — например, на программное обеспечение для видеозвонков. Пиковое число созвонов за день в бесплатном сервисе Google Meet с января выросло в 30 раз. Клиенты и сотрудники все больше используют цифровые каналы для работы. Для более эффективного ведения бизнеса можно выделить 4 рекомендации:

1. Необходимо подстраиваться под потребности клиентов
2. Нужно быть готовыми меняться быстро
3. Внимательно исследовать собственные данные
4. Необходимо разработать эффективные бизнес-модели и стратегии в долгосрочной перспективе. [3]

В рамках дискуссии было представлено исследование IAB о влиянии пандемии на рекламный рынок. Порядка 68% опрошенных считают, что коронакризис приведет к глобальным изменениям, а доля тех, кто в это не верит, составляет 23%. Главным трендом для индустрии по итогу пандемии станет переход в онлайн. Рост покупок онлайн повлечет рост воздействия in-app-рекламы. Потребители предпочитают сейчас и будут предпочитать дальше дистанционные методы приобретения товаров, общения и услуг, так как в таком формате легче найти более дешевый товар или услугу. В условиях финансовых трудностей пользователи, естественно, обращают больше внимания ценам. Также основными факторами для потребителей являются удобство, качество и дополнительные возможности. Например, принимая во внимание возможные финансовые затруднения потребителей, МТС запустил новую коммуникацию, в которой предложил первый бесплатный месяц и большую скидку на домашний интернет, ТВ и мобильную связь на рис. 2

Коммуникация экосистемы // МТС Premium широкомасштабная кампания

Ролик с общей коммуникацией



Усиленная коммуникация в digital видео с сегментированием под составляющие экосистемы



8

Рис. 2. Усиленная коммуникация в цифровом формате

Данный опыт показал, что предложения бренда помогли повысить лояльность существующих абонентов и привлечь новых пользователей. [4]

В Казахстане, по данным KPMG, за период карантина более 300 тыс. субъектов МСБ были вынуждены приостановить свою деятельность, а пострадавших субъектов предпринимательства итогов больше, более 1 млн. Казахские компании оказались не готовы к новым реалиям.

- В апреле многие казахские компании начали подстраиваться под новые реалии и уходило в онлайн. Однако именно в мае это стало более массовым явлением. Несмотря на то, что в стране временно ослабили режим карантина, бизнес «проголосовал» за новые каналы продаж. При этом, помимо «классической» рекламы в поисковиках, компании активно пробовали внедрять доставку, чат-ботов и всячески автоматизировать работу, — *прокомментировал Евгений Экгардт, руководитель сервиса по созданию чат-ботов Letlime.com.*

Основная задача маркетинга состоит в том, чтобы быстро реагировать на внешние изменения в условиях кризиса. Во время пандемии требования к маркетингу становятся строже, так как от его работы будет зависеть дальнейшая судьба любого бизнеса.

Таким образом в заключении можно отметить, что казахским компаниям следует усилить маркетинг. Можно выделить основные маркетинговые технологии и методы развития бизнеса в период пандемии.

1. Работа с контекстом. В условиях пандемии, казахским компаниям необходимо реагировать на происходящее в стране. Должны использоваться публикации в социальных сетях, стратегии продвижения, коммуникации с пользователями, бизнес-процессы и другое.

2. Долгосрочное планирование. То есть необходим долгосрочный план, который бы определял работу предприятия на несколько лет вперед в условиях пандемии.

3. Электронная коммерция. Переход бизнеса в онлайн. [5]

Опыт показывает, что многие пользователи и клиенты охотно предпочитают онлайн-услуги, и в будущем, после пандемии скорее всего ситуация останется такой же. Именно поэтому казахским компаниям необходимо научиться подстраиваться под своих потребителей и бизнесу нужно научиться работать с теми возможностями, которые будут в спросе. В этом смысле цифровой маркетинг то, что нужно. Остается только подстроиться под новые правила игры.

Список источников

1. Разработка новой маркетинговой стратегии после карантина COVID-19/
<https://marketingcenter.kz/20/razrabotka-marketingovoy-strategii.html>

2. Маркетинг во время пандемии. Стратегии выживания малого бизнеса/
<https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/veb-studiya-avanzet-marketing-vo-vremya-pandemii-strategii-vyzhivaniya-malogo-biznesa/>

3. Пора меняться: как пандемия COVID-19 ускорила переход на цифровые технологии, Janusz Moneta, Lucy Sinclair, Алина Толмачева/Июль 2020 г./ <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/future-of-marketing/digital-transformation/covid-accelerated-digital-adoption/>

4. Маркетинговые стратегии брендов в новых реалиях, 30 июля 2020 г./ 13:16.
<https://adindex.ru/publication/analytics/108384/2020/07/30/284291.phtml>

5. Какое будущее ждет digital – рынок Казахстана, 11 октября 2020 г./
https://forbes.kz/process/internet/kakoe_budushee_jdet_digital-ryinok_kazahstana/

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 35.07

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ ПЛАНИРОВАНИИ

СТЕПАНОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

*Научный руководитель: Петрова Вера Станиславовна**кандидат культурологии, доцент**ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»*

Аннотация: В целях совершенствования системы регионального управления перед органами государственной власти субъекта РФ стоит актуальная проблема разработки и совершенствования механизма управления финансами. В статье оно рассмотрено на примере города Нижневартовска. Проведен анализ динамики финансов, исполнение доходов и расходов, нормативные документы. Методологическая база статьи представлена такими методами как сбор данных, анализ структур и тенденций, сравнение и анализ.

Ключевые слова: финансы; региональное управление; территориальное планирование; бюджет, муниципальные власти.

FINANCIAL MANAGEMENT IN REGIONAL MANAGEMENT AND TERRITORIAL PLANNING

Stepanova Olga Alexandrovna*Scientific adviser: Petrova Vera Stanislavovna*

Abstract: In order to improve the regional management system, the state authorities of the subject of the Russian Federation face an urgent problem of developing and improving the financial management mechanism. In the article it is considered on the example of the city of Nizhnevartovsk. The analysis of the dynamics of finance, the execution of income and expenses, regulatory documents. The methodological base of the article is presented by such methods as data collection, analysis of structures and trends, comparison and analysis.

Key words: finance; regional management; territorial planning; budget, municipal authorities.

Одной из актуальных проблем формирования и реализации эффективной региональной политики является грамотное управление финансами. В рамках регионального управления и территориального планирования осуществляется построение отношений в области экономики, права, финансов, разработка механизмов управления ими на уровне регионов России. Регион – это территория в административных границах субъекта Федерации, характеризующаяся комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, т.е. наличием политико-административных органов управления.

В частности, в городе Нижневартовске региональное управление осуществляется муниципальными властями – Администрацией города в рамках ее компетенции, то есть над теми отраслями и

сферами, которые входят в ее ведомство. Управление финансами подразумевает собой формирование и расходование денежных ресурсов, в совокупности представляющих собой муниципальный бюджет. Он утверждается в форме закона, предназначен для обеспечения выполнения задач и функций муниципальных властей [3, с. 155].

Региональное управление и территориальное планирование подразумевают нормативно-правовое регулирование в пределах субъекта. В частности, управление финансами в г. Нижневартовске регламентируется Постановлением от 20.11.2015 г. № 2064, которое утверждает программу управления муниципальными финансами [1]. Она направлена на формирование и поддержание устойчивой бюджетной системы, повышение качества управления финансами в рамках регионального управления.

На портале «Открытый бюджет города Нижневартовска» размещена информация о его исполнении. В частности, согласно рисунку 2, на 01.12.2021г. доходы муниципального бюджета исполнены на 89,3%, расходы – на 82,3% [4].

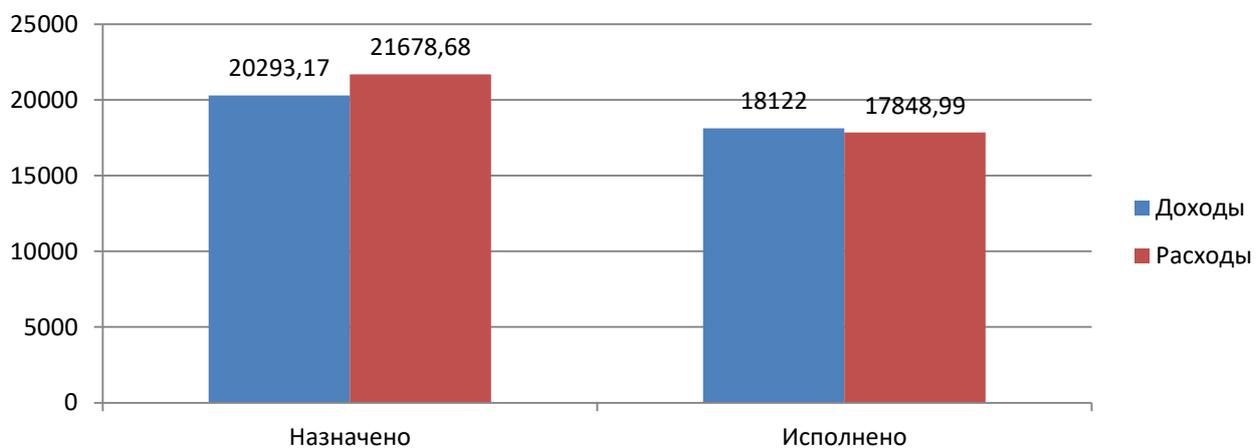


Рис. 2. Исполнение бюджета Нижневартовска на 01.12.2021г., млн руб. [4]

Следовательно, можно отметить, что по окончании года может возникнуть бюджетный профицит. Динамика исполнения бюджета города по годам представлена на рисунке 3.

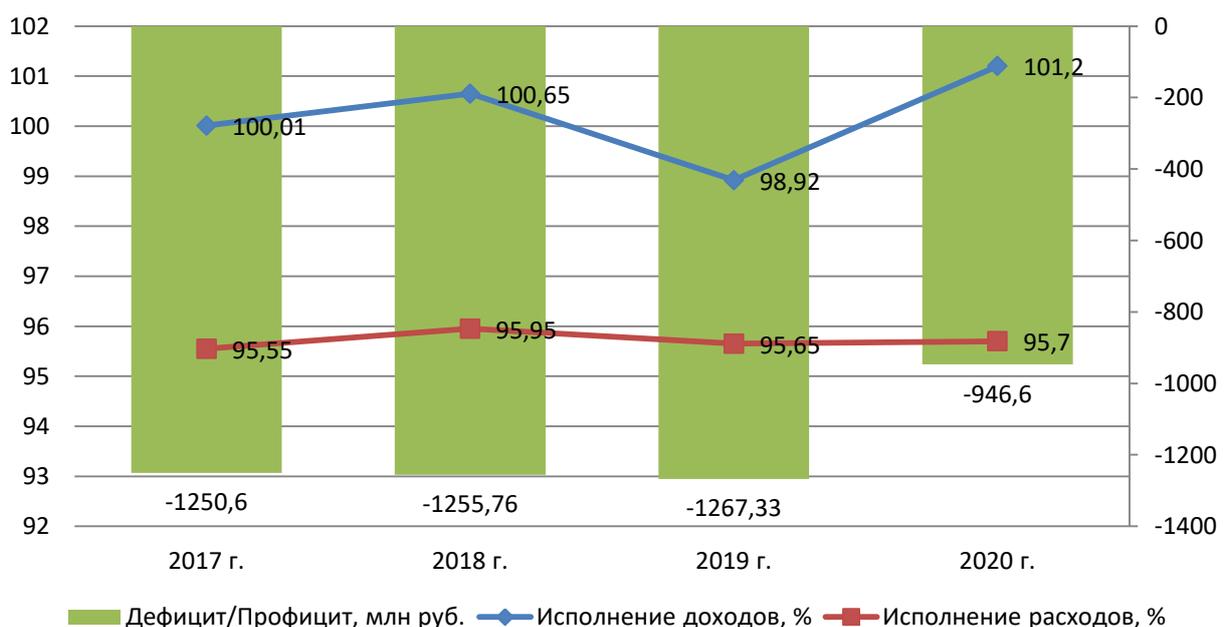


Рис. 3. Динамика исполнения бюджета Нижневартовска в 2017-2020 г. [4]

Согласно данным рисунка 3, отмечается неполное исполнение как доходов, так и расходов бюджета. При этом каждый год городской бюджет оставался в дефиците. При этом процент исполнения доходов выше, чем процент исполнения расходов.

Динамика исполнения доходов в разрезе их видов представлена на рисунке 4.

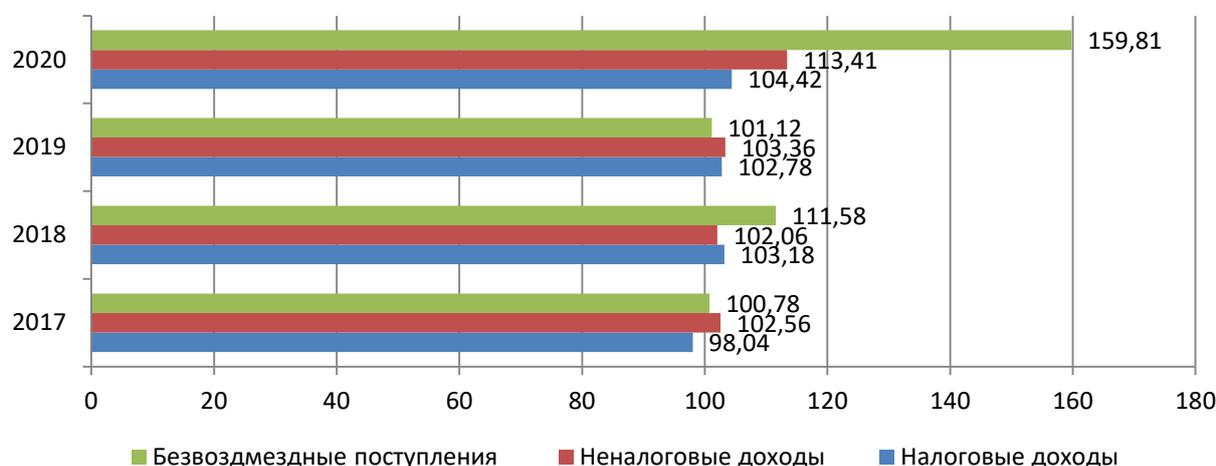


Рис. 4. Динамика исполнения доходов бюджета Нижневартовска в 2017-2020 г., % [4]

Исполнение доходов бюджета Нижневартовска находится практически на 100% уровне на протяжении всего периода. Следовательно, управление финансами в региональном управлении в сегменте доходов осуществляется достаточно эффективно.

Муниципальный долг представлен только кредитами банков. За 2017-2020 гг. отмечается его положительная динамика, что характеризуется как негативный факт управления финансами в региональном управлении. Величина долга увеличилась с 461,75 млн руб. в 2017 г. до 1191,87 млн руб. в 2020 г., то есть практически в 3 раза.

Результаты проведенного анализа показали, что бюджет города Нижневартовска характеризуется наличием дефицита несколько лет подряд, расходы росли быстрее, чем доходы. Проблема несбалансированности является характерной для управления финансами во многих регионах России.

Таким образом, управление финансами в региональном управлении и территориальном планировании имеет большое значение, так же как и на развитие экономической системы всей страны в целом. Следовательно, для повышения эффективности финансовой политики государства необходимо обратить внимание на доработку управления финансами на уровне регионального управления.

Список источников

1. Постановление администрации города Нижневартовска от 20.11.2015г. №2064 «Об утверждении муниципальной программы «Управление муниципальными финансами в городе Нижневартовске на 2018 - 2025 годы и на период до 2030 года» <https://docs.cntd.ru/document/429024303>
2. Атамась Е.В. Стратегия развития муниципального образования: муниципальные финансы как инструмент планирования / Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. – №12. – 193-196.
3. Яруллин Р.Р., Пехенько А.А. Проблемы управления муниципальными финансами // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – №5. – С. 154-156.
4. Информационный портал «Открытый бюджет города Нижневартовска» [Электронный ресурс]. URL: <https://budget.n-vartovsk.ru/> (дата обращения: 24.12.2021).
5. Официальный сайт органов местного самоуправления города Нижневартовска [Электронный ресурс]. URL: https://www.n-vartovsk.ru/authorities/town_adm/structure/ (дата обращения: 24.12.2021).

УДК 336.761

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ НА СОВРЕМЕННОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ РОССИИ

КОБЗЕВА АНАСТАСИЯ ИГОРЕВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Липецкий филиал

Научный руководитель: Милованов Евгений Александрович

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Липецкий филиал

Аннотация: в данной статье рассматриваются паевые инвестиционные фонды как один из актуальных финансовых инструментов на современном российском финансовом рынке, виды, преимущества и недостатки паевых инвестиционных фондов, а также статистика владельцев за 2019-2021 гг.

Ключевые слова: паевые инвестиционные фонды (ПИФ), открытые паевые инвестиционные фонды (ОПИФ), закрытые паевые инвестиционные фонды (ЗПИФ), биржевые паевые инвестиционные фонды (БПИФ), интервальные паевые инвестиционные фонды (ИПИФ), пайщик, инвестор.

FEATURES OF THE FUNCTIONING AND APPLICATION OF MUTUAL FUNDS IN THE MODERN FINANCIAL MARKET OF RUSSIA

Kobzeva Anastasia Igorevna*Scientific adviser: Milovanov Evgeniy Aleksandrovich*

Abstract: this article discusses mutual investment funds as one of the most relevant financial instruments in the modern Russian financial market, types, advantages and disadvantages of mutual investment funds, as well as owner statistics for 2019-2021.

Key words: mutual investment funds (UIF), open-ended mutual investment funds (OPIF), closed-end mutual investment funds (ZPIF), exchange-traded mutual investment funds (BIF), interval mutual investment funds (IPIF), shareholder, investor.

В настоящее время в России наиболее традиционными способами сохранения и приумножения личных сбережений неквалифицированного инвестора является открытие банковских депозитных счетов и вложение в недвижимое имущество. Это не самый лучший способ в современных условиях, так как высокий темп инфляции, нестабильный курс рубля, введение налога на доходы по вкладам обесценивает вложенные сбережения. По данным Банка России средневзвешенная процентная ставка по вкладам физических лиц снизилась до минимальных значений за многие годы (3,3% в августе 2020 го-

да), темп инфляции на декабрь 2021 года составляет 8,5% [1]. Вложения в паевые инвестиционные фонды могут потенциально дать наибольший доход, чем по вкладам. На данный момент интерес населения к паевым инвестиционным фондам значительно возрастает. Рассмотрим современное состояние паевых инвестиционных фондов на российском фондовом рынке.

Паевые инвестиционные фонды представляют собой обособленный имущественный комплекс, не являющийся юридическим лицом, состоящий из имущества, переданного в доверительное управление управляющей компании учредителем (учредителями) доверительного управления с условием объединения этого имущества с имуществом иных учредителей доверительного управления, и из имущества, полученного в процессе такого управления, доля в праве собственности на которое удостоверяется ценной бумагой, выдаваемой управляющей компанией [2].

В Российской практике действуют следующие виды паевых инвестиционных фондов открытые, закрытые, интервальные и биржевые. Фонд, правилами которого предусмотрено несение управляющей компанией обязательств выкупать выпущенные ею паи по требованию инвестора в любой рабочий день - открытый паевой инвестиционный фонд (ОПИФ), после прекращения существования ПИФа - закрытый паевой инвестиционный фонд (ЗПИФ). Интервальным паевым инвестиционным фондом (ИПИФ) является фонд, в правилах доверительного управления которым содержится условие у владельца инвестирования паев в праве требовать погашения принадлежащих ему паев в течение определенного срока (интервала). Биржевой паевой инвестиционный фонд (БПИФ) представляет собой фонд, паи которого можно купить и продать в любой момент времени на биржевом рынке.

Можно выделить следующий ряд преимуществ паевых инвестиционных фондов:

1. Повышенная защищенность (надежность) вложений. Деятельность паевых инвестиционных фондов постоянно контролируется государственными органами.

2. Снижение инвестиционного риска. Инвестиционный портфель фонда составляют различные ценные бумаги компаний различных сфер деятельности, имеющие различную доходность и степень риска, что усредняет общий риск всего портфеля за счет диверсификации.

3. Налоговые льготы. Если инвестор в своей собственности держит ПИФ более трех лет, то он освобождается от уплаты налога на доход физических лиц (13%).

4. Доступность для любого инвестора. Паевые инвестиционные фонды можно приобрести стоимостью от 1000 рублей.

5. В состав инвестиционной стратегии пая могут входить акций и облигаций иностранных компаний, что при этом инвестор также может получить доход от курсовой разницы.

Недостатками паевых инвестиционных фондов являются:

1. Выплата управляющей компании комиссии независимо от прироста или убыли стоимости чистых активов паевого инвестиционного фонда. Пайщик платит следующие комиссии: комиссия при покупке пая (не все управляющие компании берут эту комиссию, её размер зависит от вложенной суммы – тем больше сумма вложений, тем ниже комиссия); комиссия за управление (она рассчитывается ежедневно как фиксированный процент от среднегодовой стоимости пая, на её размер влияет выбранная стратегия (тип фонда) инвестором в зависимости от уровня риска); комиссия при продаже пая (она определяется сроком владения паями в собственности инвестора, тем больше срок владения, тем ниже стоимость комиссии при продаже). Например, размер комиссии в открытых паевых инвестиционных фондах достигает от 3 до 5% в год, а на биржевых – от 0,9 до 1,5%.

2. В случае активного роста стоимости доли пая инвестору не полагаются дивидендные или процентные выплаты. Инвестор только сможет получить свой доход только при продаже своего пая.

3. Введение управляющими компаниями надбавок и скидок для возмещения своих расходов, связанных с выдачей или погашением паёв. Размер надбавки должен не превышать 1,5% от стоимости пая, а размер скидки – не более 3%.

Рассмотрим изменения владельцев паевых инвестиционных фондов (по видам) за последние три года по данным Центрального Банка, представленных (табл. 1) [3].

По данным таблицы количество владельцев ПИФ за последние три года возросли на 255,44% (на 4848 тыс.ед.). Такое увеличение произошло за счет увеличения биржевых паевых инвестиционных

фондов (увеличение в 54 раза). В структуре паевых инвестиционных фондов в 2019 году большую долю занимают интервальные ПИФ (56,6%), в 2020 и 2021 годах – интервальные ПИФ, соответственно 37,3% и 57%.

Таблица 1
Количество владельцев паевых инвестиционных фондов за 2019-2021 гг., тыс. ед.

Тип паевого инвестиционного фонда (ПИФ)	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение	
				2019/2020 г.	2020/2021 г.
Биржевые паевые инвестиционные фонды (БПИФ)	70,7	1358,5	3848,7	1287,8	2490,2
Открытые паевые инвестиционные фонды (ОПИФ)	741,9	1144,1	1707,6	402,2	563,5
Интервальные паевые инвестиционные фонды (ИПИФ)	1073,8	1074	1077,3	0,2	3,3
Закрытые паевые инвестиционные фонды (ЗПИФ)	11,5	61,3	112,3	49,8	51
Всего	1897,9	3638	6745,9	1740,1	3107,9

Рост биржевых паевых инвестиционных фондов связан с тем что, управляющие компании расширяли свою продуктовую линейку биржевыми фондами, стратегии которых ориентированы на вложение в космическую отрасль, кибербезопасность, искусственный интеллект, информационные технологии и другие отраслевые направления. Набор таких уникальных стратегий обусловлен с развитием инфраструктуры рынка. Кроме того, по данным Мосбиржи такие фонды были запущены в режиме теста (на бенчмарки) покрывающие порядка 50 стран, включая Россию, Казахстан, США, страны Евросоюза, Великобританию, Китай, Японию, Австралию, что повлекло активный рост чистой приведенной стоимости акций таких фондов [4].

Таким образом, количество клиентов паевых инвестиционных фондов говорит о росте популярности коллективных инвестиций, позволяющих диверсифицировать риски вложений, основной приток которых увеличился за счет биржевых инвестиционных фондов. Повышение интереса населения к коллективному инвестированию способствовало сразу несколько факторов. Во-первых, на фоне перехода к мягкой денежно-кредитной политики инвесторов привлекла потенциальная более высокая доходность, чем по банковским депозитным счетам. Во-вторых, высокая доходность ПИФов, паи которого составляют иностранные акции и облигации за предыдущие периоды за счет ослабления курса рубля и роста мирового фондового рынка (например, индекс S&P 500 TR за 2020 год вырос на 17,2%) [5]. В-третьих, ускорение процесса цифровизации и развития дистанционных продаж финансовых инструментов в условиях введения ограничительных мер.

В-четвертых, смещение интереса неквалифицированных инвесторов, которые покупали или готовы были приобретать сложные финансовые продукты в пользу понятных и простых инструментов, такие как паевые инвестиционные фонды из-за нововведения Банка России в части правил продаж финансовых продуктов гражданам, которые делают первые шаги на финансовом рынке. Он рекомендует профессиональным участникам фондового рынка и кредитным организациям не продавать сложные и высоко рискованные финансовые инструменты до введения обязательного тестирования неквалифицированным розничным инвесторам [6].

Список источников

1. Ключевые показатели [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cbr.ru/key-indicators/> (30.12.2021)

2. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156-ФЗ ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34237/59a618b3c28a2923722317aaa05d666743cff621/ (30.12.2021)
3. Статистический бюллетень Банка России № 12 – 2021. – 165 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cbr.ru/statistics/bbs/> (04.01.2022)
4. Московская биржа начала торги ETF на фонды недвижимости США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.moex.com/n37926/?nt=106> (09.01.2022)
5. Информационно-аналитический материал Банка России «Обзор ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов №3 - III квартал 2021 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://cbr.ru/analytics/RSCI/review_pif_aif/ (10.01.2022)
6. Информационное письмо банка России «О недопустимости предложения сложных инвестиционных продуктов неквалифицированным инвесторам» от 15.12.2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://cbr.ru/StaticHtml/File/59420/20201215_in_01_59-174.pdf (12.01.2021)

УДК 336.743

СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНЫХ АКТИВОВ, В ЧАСТНОСТИ НЕ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОКЕНЫ

СУХОВ НИКИТА СЕРГЕЕВИЧ

Студент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ», Липецкий филиал**Научный руководитель: Милованов Евгений Александрович**

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ», Липецкий филиал

Аннотация: незаменимые токены (NFT) получили значительное внимание инвесторов в последнее время, когда некоторые NFT показали возможность инвестирования и заработка.

Это могло показаться невозможным для невзаимозаменяемого виртуального актива. Данная ситуация поднимает вопрос о «ценности» и «редкости» такого актива. Интерес к технологии блокчейн через призму невзаимозаменяемости цифрового актива, и эта статья призвана привлечь внимание к этим вопросам, поскольку они могут формировать альтернативу блокчейна, развитию и обмена в будущем.

Ключевые слова: не взаимозаменяемые токены, Блокчейн, онлайн-аукционы, ценность, редкость.

MODERN TYPES AND FEATURES OF VIRTUAL ASSETS: NFT

Syhov Nikita Sergeevich*Scientific adviser: Milovanov Evgeniy Aleksandrovich*

Abstract: non-Fungible Tokens (NFTs) have garnered remarkable investor attention recently, with some NFTs securing selling prices that may have seemed unthinkable for a non-fungible virtual asset. This raises fascinating questions about «value» and «scarcity» with respect to blockchain technology, through a prism of non-fungibility of a digital asset, and this paper aims to draw attention to these questions insofar as they may shape an alternative space of blockchain development and exchange going forward.

Key words: non-fungible token, blockchain, online auctions, carcity, value.

Существует категория виртуальных активов на основе блокчейна, известная как невзаимозаменяемые токены (NFT), которая привлекла множество инвесторов, интерес к еще совсем новому продукту. NFT описывается некоторыми как «повальное увлечение», а другими как будущее цифрового искусства.

Инвесторы проявили интерес к различным типам NFT, некоторые из которых были проданы с аукциона за миллионы долларов, несмотря на то, что по сути представляет собой не больше, чем код; но код, которому покупатель приписал «ценность».

Несмотря на вопросы о его сравнительной редкости как цифрового объекта, в декабре 2020 года

продажи NFT оценивались в \$12 млн, но два месяца спустя, в феврале 2021 года, он вырос до 340 миллионов долларов.

Действительно, растущий успех некоторых NFT вызывают определенные вопросы о том, в чем заключается «ценность» и «редкость» по отношению к технологии блокчейн. Незаменяемость самого цифрового актива похоже, создала целую категорию цифровых объектов, к которым люди будут приписывать ценность.

Хотя не взаимозаменяемость свойство, касающееся только исходного виртуального регистра, он может стать существенным альтернативным путем развития блокчейна и обмена его в будущем. Таким образом, цель настоящей статьи — привлечь внимание к вопросам ценности и редкости данного продукта, поскольку они относятся конкретно к NFT, а также к технологии блокчейн.

Невзаимозаменяемый токен можно рассматривать как единицу цифровой информации (токен), которая хранится в блокчейне и по своей сути не является взаимозаменяемым с другими цифровыми активами.

Традиционные формы валюты, будь то эквивалентные суммы бумажных денег или идентичные единицы драгоценных металлов, являются взаимозаменяемыми объектами, и именно это помогает им служить средством обмена, поскольку считается, что они равны по значению. Можно заменить пятисотрублевую купюру на пять сторублевых купюры, потому что оба они взаимозаменяемы.

Механизм создания NFT основан на загрузке файла в NFT на аукционный рынок, где файл записывается в цифровую книгу как NFT и, таким образом, могут быть куплены или проданы с использованием цифровых валют. Пока создание NFT, представляющего произведение искусства, может быть эксклюзивным, а именно закрепленное имя художника, тем не менее, они могут сохранить за собой авторские права на произведение в классическом юридическом порядке и, следовательно, воспроизводить больше NFT, подкрепленных одним и тем же фрагментом искусства [1]. По этой причине человек, который покупает NFT, не получает обязательно обладание исходным цифровым файлом, и, следовательно, не имеет монопольного доступа к файлу.

Это то, что вызывает удивление у случайных наблюдателей NFT.

Рынки: люди, покупающие NFT, не являются автоматическими владельцами оригинальных объектов. На самом деле, они не имеют гарантий, что файл не воспроизводится и не используется кем-либо еще. Проблема происхождения, всегда присутствует в других типах технологии блокчейна. Очевидно, и в области NFT, теоретически, любой может загружать изображения на NFT, не доказывая, что они являются оригиналом создатель произведения [2]. Это создает риск того, что мошенники будут загружать NFT на аукционные рынки, выдавая себя за первоначальных владельцев или создателей объектов.

Основной интерес к NFT возникает из-за использования, которое включает создание «редкости» для приписывания стоимости цифровым объектам, созданным с помощью кода. NFT может, например, запечатлеть блокчейн с уникальной подписью для владения цифровым активом. Для творческих работ, включая изображения и другие объекты, которые можно было бы «подписать» в физическом мире, т.е. предметы коллекционирования, существует очевидная польза для приписывания уникального права собственности.

1. Некоторые аукционные рынки включают Rarible, OpenSea и KnownOrigin, и другие становятся конкурентами в этой области, основываясь на популярности NFT как категория блокчейна.

2. Этот момент может стать более спорным в будущем, если традиционные источники правовой защиты становятся все более активными на рынках NFT для обеспечения соблюдения владения авторскими правами. Однако это аналоговое вторжение в децентрализованную область блокчейна принесет множество проблем. Тем не менее, можно предвидеть, что юристы хотели бы принять участие в действиях в области NFT.

В декабре 2020 года продажи NFT оценивались в \$12 млн, но через два месяца рост составил примерно на 340 миллионов долларов в феврале 2021 года. Естественно, человек предрасположен думать о крупных произведениях искусства как о эксклюзивных предметах, за которые покупатели платят огромные суммы. Аналогичный свойство приписывается и для объектов цифрового искусства.

Недавняя популярность NFT в немалой степени объясняется покупкой цифровых произведений искусства, особенно произведений, созданных Beeple под названием «Ежедневно: первые 5000 дней». На аукционе Christie's в 2021 г. Продажа принесла 69,3 миллиона долларов США, что было рекордной суммой, вызвавшая много шума в аукционной индустрии. Это привело к короткому буму художников NFT, которые стремились загрузить свои работы в форматы токенов для продажи. Хотя далеко не все загружаемые NFT произведения искусства вызывают интерес у онлайн-покупателей, тем не менее виртуальные художники спешили разместить свои работы на NFT-обмены. Это также открывает перед художниками интересные возможности для монетизировать свою работу в эпоху цифровых технологий.

Помимо произведений искусства, также были проданы различные цифровые коллекционные NFT. По сравнительно высоким ценам, например, связанные с баскетболом карточки были проданы за 208 000 долларов; Так же существуют NFT основанные на видеоиграх. Часто NFT для видеоигр представляют собой игровые активы, созданные пользователями (в отличие от игровых активов разработчика), которые, таким образом, можно обменять на более качественный игровой процесс и эстетическое удовольствие. Кодированные NFT позволяет торговать активами в видеоиграх [3].

3. Эта карта NFT была слэм-данк-картой Леброна Джеймса, проданной на NBA Top Shot.

Можно предположить, что интерес к технологии невзаимозаменяемых токенов возрос на фоне коронавирусных ограничений. Если порассуждать, то можно углядеть логическую зависимость. Не возможность путешествовать. Людям пришлось самоизолироваться в своих домах, кому-то лишиться работы или просто уменьшился личный капитал. В сфере NFT человек может найти как эстетическое и художественное удовлетворение, так и возможность сохранения капитала, или даже его приумножения.

Существует риск того, что NFT может исчезнуть из широкого общественного интереса в долгосрочной перспективе, особенно из-за спорных понятий «ценности» и «редкости», о котором заявляют владельцы NFT. Имеет место быть и возможна в будущем большая серия взломов, спекуляций и саботажей злонамеренных субъектов, что подрывает доверие к NFT как средству сбережения.

Разработка и обмен блокчейнами, выходящий за рамки криптовалюты, которые приобрели значительную известность по сравнению с прошлым десятилетием. Если это альтернативная область продолжит расти со скоростью сопоставимой с криптовалютными тенденциями, то она будет представлять собой еще один значительный аспект технологий блокчейна. Другими словами, «ценность» блокчейна полностью не раскрыта, и нет «редкости» творческого использования технологии блокчейна в будущем.

Список источников

1. Адхами С., Джудичи Г. Первоначальные предложения монет: токены как инновационные финансовые активы в области экономики и финансов блокчейна. Рыночные инновации. – 2019. – С. 61-81 Спрингер, Чам
2. Бентон Н., Джойнер Г. Разбираемся в блокчейне. Австралийский менеджмент досуга. – 2019. – 132 с.
3. Чодхури Н. Внутри блокчейна, биткойнов и криптовалют. CRC Press. - 2019
4. Марчеси Л., Маркези М., и Тонелли Р. ABCDE-гибкий блок цепочка проектирования DApp. Блокчейн: исследования и приложения. – 2020. – С. 1-2

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 339.972

WAYS TO SOLVE INFLATIONARY PROBLEMS

МУБАРАКОВА АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», филиал в г. Калуга

Аннотация: в статье говорится, что Федеральная резервная система чуть более чем через два месяца впервые за три года планирует повысить ставку налогообложения, что приведет к более традиционной денежно-кредитной политике. Таким образом, ФРС реагирует на инфляционное давление, которое растет.

Ключевые слова: ФРС, кредитно-денежная политика, налогообложение, процентная ставка, деньги.

ПУТИ РЕШЕНИЯ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОБЛЕМ

Mubarakova Alyona Aleksandrovna

Abstract: the article says that in a little more than two months, the Federal Reserve plans to raise the tax rate for the first time in three years, which will lead to a more traditional monetary policy. Thus, the Fed is responding to inflationary pressures that are growing.

Key words: Fed, monetary policy, taxation, interest rate, money.

If everything goes according to plan, the Federal Reserve in a little over two months will enact its first rate increase in three years, a move policymakers deem necessary and that markets and the economy are grudgingly coming to accept.

The Fed last raised rates in late 2018, part of a “normalization” process that happened in the waning period of the longest-lasting economic expansion in U.S. history.

Just seven months later, the central bank retreated as the expansion looked increasingly fragile. Eight months after that initial cut in July 2019, the Fed was forced to roll back its benchmark borrowing rate all the way to zero as the nation confronted a pandemic that threw the global economy into a sudden and shocking tailspin.

So as officials prep for a return to more conventional monetary policy, Wall Street is watching closely. The first trading day of the new year indicated the market is willing to keep pushing higher, in the midst of the gyrations that have greeted the Fed since it indicated a policy pivot a month ago.

“When you look back historically on the Fed, it’s usually multiple tightenings before you get in trouble with the economy and the markets,” said Jim Paulsen, chief investment strategist at the Leuthold Group.

Paulsen expects the market to take the initial hike – likely to be enacted at the March 15-16 meeting – without too much fanfare, as it’s been well telegraphed and will still only bring the benchmark overnight rate up to a range of 0.25%-0.5%.

“We’ve developed this attitude on the Fed based on the last couple decades where the economy was growing at 2% per annum,” Paulsen said. “In a 2% stall-speed economy world, if the Fed even thinks about tightening it’s damaging. But we don’t live in that world anymore.”

Fed officials at their December meeting penciled in two additional 25-basis-point hikes before the end of the year. A basis point is equal to one one-hundredth of 1 percentage point.

Current pricing in the fed funds futures market points to about a 60% likelihood of a hike in March, and a 61% probability that the rate-setting Federal Open Market Committee will add two more by the end of 2022, according to the CME’s FedWatch Tool.

Those subsequent hikes are where the Fed could see some blowback.

The Fed is hiking rates in response to inflation pressures that are running by some measures at the fastest rate in nearly 40 years. Chairman Jerome Powell and most other policymakers spent much of 2021 insisting that prices would ease soon, but conceded toward the end of the year that the trend was no longer “transitory.”

Whether the Fed can orchestrate an “orderly coming down” will determine how markets react to the rate hikes, said Mohamed El-Erian, chief economic advisor at Allianz and chair of Gramercy Fund Management.

In that scenario, “the Fed gets it just right and demand eases a little bit and the supply side responds. That is sort of the Goldilocks adjustment,” he said Monday on CNBC’s “Squawk Box.”

However, he said the danger is that inflation persists and rises even more than the Fed anticipates, prompting a more aggressive response.

“The pain is already there, so they are having to play massive catch-up, and the question is at what point do they lose their nerve,” El-Erian added.

Market veterans are watching bond yields, which are expected to indicate advanced clues about the Fed’s intentions. Yields have stayed largely in check despite expectations for rate hikes, but Paulsen said he expects to see a reaction that ultimately could take the benchmark 10-year Treasury to around 2% this year.

At the same time, El-Erian said he expects the economy to do fairly well in 2022 even if the market hits some headwinds. Likewise, Paulsen said the economy is strong enough to withstand rate hikes, which will boost borrowing rates across a wide swath of consumer products. However, he said he figures a correction will come in the second half of the year as rate increases continue.

But Lisa Shalett, chief investment officer at Morgan Stanley Wealth Management, said she thinks market turbulence would be more pronounced even as the economy grows.

Markets are coming off a prolonged period of “a long decline in real interest rates, which allowed stocks to break free from economic fundamentals and their price/earnings multiples to expand,” Shalett said in a report for clients.

“Now, the period of declining fed funds rates which began in early 2019 is ending, which should allow real rates to rise from historic negative lows. This shift is likely to unleash volatility and prompt changes in market leadership,” she added.

“Weekly unemployment claims only ticked up for the latest week, showing the surge in Omicron cases hasn’t increased layoffs,” said Robert Frick, corporate economist at Navy Federal Credit Union. “Given the surge is expected to drop significantly in the next month, and employers are clinging to the workers they have in the face of a record number of employees quitting, omicron may not affect layoffs at all.”

Continuing claims which run a week behind the headline number, also rose, climbing to 1.75 million, for an increase of 36,000.

Weekly claims rose in New York (8,922), Pennsylvania (6,806) and Connecticut (5,992), according to unadjusted data.

In other economic news, the U.S. trade imbalance for goods and services jumped to \$80.2 billion in November, an increase from October’s \$67.2 billion but below the Dow Jones estimate of \$81.5 billion. The total brought the trade shortfall close to September’s record \$81.4 billion as the deficit increased with China, the European Union and Canada.

Payrolls processing firm ADP reported Wednesday that December hiring at private companies totaled 807,000, more than double expectations.

On trade, supply-side shocks that rocked the economy in 2021 persisted into the end of the year, reflected in the strong demand for imported goods over services.

For November, imports rose \$13.4 billion from October as the goods deficit increased \$15.1 billion to \$99 billion while the services surplus was up \$2.1 billion to \$18.8 billion.

On a year-to-date basis, the trade deficit surged 28.6% from the same period in 2020 as a 20.7% rise in imports outweighed an 18.2% increase in exports.

Investors will get a closer look at the Fed’s thinking later this week, when minutes of the December FOMC meeting are released Wednesday. Of particular interest for the market will be discussions not only about the pace of rate hikes and the decision to taper asset purchases, but also when the central bank will

start reducing its balance sheet.

Even as the Fed intends to halt the purchases in the spring, it will continue to reinvest the proceeds of its current holdings, which will maintain the balance sheet around its current \$8.8 trillion level.

Citigroup economist Andrew Hollenhorst expects balance sheet reduction to start in the first quarter of 2023.

Список источников

1. Дмитриева, И.Н. Налоги и налогообложение: учебное пособие / И.Н. Дмитриева. - РнД: Феникс, 2017. - 587 с.
2. Ильина, В.Н. Налоги и налогообложение / В.Н. Ильина. - М.: КноРус, 2018. - 416 с.
3. Корепанова, Н.Б. Внешнеторговый контракт: содержание, документы, учет, налогообложение: Практическое пособие / Н.Б. Корепанова. - М.: Инфра-М, 2017. - 176 с.
4. Пансков, В.Г. Налоги и налогообложение: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.Г. Пансков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 382 с.
5. Скворцов, О.В. Налоги и налогообложение: Учебник / О.В. Скворцов. - М.: Академия, 2015. - 224 с.

УДК 2964

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО МОНИТОРИНГА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

МИТИНА СОФЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф.Горбачёва»

Научный руководитель: Тюленева Татьяна Александровна

доц., к.н.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф.Горбачёва»

Аннотация: в статье рассмотрено понятие налогового мониторинга, нормативно-правовые требования к экономическим субъектам, перспективы развития и применения данного вида налогового контроля в условиях кризиса и недостаточной инвестиционной привлекательности в России. Рассмотрены преимущества и трудности применения налогового мониторинга, пути их решения.

Ключевые слова: налоги, налогообложение, налоговый контроль, налоговое консультирование, налоговый мониторинг.

PROBLEMS OF TAX MONITORING APPLICATION AND WAYS TO SOLVE THEM

Mitina S.A.*Scientific adviser: Tyuleneva T.A.*

Annotation: the article discusses the concept of tax monitoring, regulatory requirements for economic entities, prospects for the development and application of this type of tax control in the conditions of crisis and insufficient investment attractiveness in Russia. The advantages and difficulties of applying tax monitoring, ways to solve them are considered.

Key words: taxes, taxation, tax control, tax consulting, tax monitoring.

Одним из значимых регуляторов экономических процессов страны, а также составной частью дохода государственного бюджета являются налоги. Как государственная финансовая подсистема управления денежными потоками, налоговый контроль является залогом успешного функционирования финансовой системы и усовершенствования экономики страны. Модель отношений «налоговый орган – добросовестный налогоплательщик», лежащая в основе процедур налогового администрирования, способствует обеспечению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в борьбе за привлечение зарубежного финансового капитала и инвестиций на мировом рынке. Из этого следует, что важной тенденцией развития системы налогового контроля является формирование доверительных отношений между хозяйствующими субъектами и государством в условиях применения цифровизации и современных технологий. Данное направление особенно потенциально в условиях кризиса и недостаточной инвестиционной привлекательности для иностранных представителей. Рассматривая существующие формы налогового контроля в РФ, современным его направлением является налоговый мониторинг.

Согласно письму ФНС России от 17.12.2014 г., налоговый мониторинг – это способ расширенного информационного взаимодействия, при котором организация предоставляет налоговому органу доступ в режиме реального времени к данным бухгалтерского и налогового учета, что, в свою очередь, освобож-

дает организацию от проведения камеральных и выездных налоговых проверок и сохраняет за налоговым органом возможность проверки полноты и своевременности исчисления (уплаты) налогов и сборов. [1]

Рассмотрение данного понятия также присутствует в налоговом кодексе РФ, а именно в разделе V. 2 «Налоговый контроль в форме налогового мониторинга» (глава 14.7 «Налоговый мониторинг. Регламент информационного взаимодействия» и глава 14.8 «Порядок проведения налогового мониторинга. Мотивированное мнение налогового органа»).

Режим налогового мониторинга возможен исключительно для крупных хозяйствующих субъектов, соответствующих критериям, изложенным в налоговом кодексе РФ. Рассмотрим данные условия. Размер налоговых платежей, согласно статье 105.26 НК РФ, в суммарной совокупности налога на добавочную стоимость, акцизов, налога на прибыль организаций и налога на добычу полезных ископаемых, подлежащих уплате в бюджетную систему РФ за календарный год, предшествующий году, в котором представляется заявление о проведении налогового мониторинга, должен составлять не менее 300 млн рублей. Суммарный объем полученных доходов по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности организации за календарный год, предшествующий году, в котором представляется заявление о проведении налогового мониторинга, должна составлять не менее 3 млрд рублей. Совокупная стоимость активов по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности организации на 31 декабря календарного года, предшествующего году, в котором представляется заявление о проведении налогового мониторинга, составляет не менее 3 млрд рублей. [2]

Согласно исследованию Deloitte – международной консалтинговой компанией, на территории России примерно 1905 компаний соответствуют данным критериям, а 687 из них готовы к новому способу взаимодействия с налоговыми органами. Также было выявлено, что около 70 % российских организаций заинтересованы в применении данной формы сотрудничества. В целом, общее количество организаций, использующих данную систему, неуклонно растет. [3]

Сравнивая налоговый мониторинг с другими видами налогового контроля, можно отметить, что несомненным его достоинством является оперативность и своевременность разрешения, а затем согласование проблематичных ситуаций между налогоплательщиком и налоговой службой. Налоговые риски плательщиков при этом становятся минимальны, поскольку формат обмена документов через информационные ресурсы позволяет налоговым службам дистанционно получать необходимую информацию и реализовывать проверочные мероприятия используя полученные налоговые отчетности, регистры налогового учета и другую документацию. Реализация данного способа взаимодействия способствует созданию прозрачности данных хозяйственной деятельности организации, что в свою очередь повышает уровня инвестиционной привлекательности.

Также к достоинствам можно отнести отсутствие необходимости проведения выездных проверок (за исключением некоторых случаев), сокращение необходимых затрат для организации процедуры налоговой проверки.

Зарубежный опыт показывает, что механизм налогового мониторинга взаимодействует с исключительными группами налогоплательщиков. Так, например, в США данный способ присущ крупным и средним экономическим субъектам, субъектам малого бизнеса, государственным корпорациям и учреждениям. [4]

Налоговое консультирование в системе реализации налогового мониторинга имеет особую роль и значение для развития данного механизма. При этом в Российской Федерации налоговое консультирование не имеет законодательного урегулирования, несмотря на его формирование еще в 2001 г. Также на территории страны, по аналитическим данным, наблюдается нехватка специалистов налогового консультирования, так как на 140 тыс. работников налоговой службы приходится 5 тыс. налоговых консультантов; по благоприятным прогнозам данных специалистов необходимо более 150 тыс. [3]

Введение налогового мониторинга имеет свои недостатки, что рождает возникновение проблем в его использование.

Образование дополнительного объема работы и ее специфичности в условиях необходимости сохранения существующей штатной численности сотрудников и отсутствия необходимого объема фи-

нансирования, рождает проблему возрастания трудоемкости на одного сотрудника налоговых органов. Контрольная деятельность в дистанционном режиме крайне энергозатратна и требует большего внимания в процессе анализа соответствия и правильности хозяйственных операций налогоплательщика и их отражения в налоговом и бухгалтерском учетах.

Так же на базе налогового мониторинга реализуются услуги консультативного характера в бесплатном доступе, что создает необходимость проведения дополнительного обучения и переквалификации сотрудников налоговых органов, а это повышает трудоемкость и затратность реализации. При этом также необходима организационно-техническая модернизация, а именно переход на более современные формы документооборота и отказ от неэлектронного вида взаимодействия.

Ограничение, вводимое п. 3 ст. 105.26 НК РФ, на возможных участников налогового мониторинга по принципу отбора крупнейших налогоплательщиков, серьезно сужает круг потенциальных объектов налогообложения.

Мотивированное мнение налогового органа не является нормативным актом, что влечет за собой определенные сложности в случае разногласия с правовой позицией налогового органа. В данном случае это влияет на увеличение продолжительности решения данного вопроса, так как налогоплательщик не вправе обжаловать мотивированное мнение непосредственно в суде.

Доступность и открытость организации в отношении документации, раскрывающей планируемое направление развития и политику проводимых мероприятий, создает дополнительные риски и угрозы за счет потенциально возможного оттока коммерчески ориентированной информации. Таким образом, доверительные отношения между налогоплательщиком и налоговым органом должны иметь конфиденциальный характер.

Возможная угроза рождается при формулировании мотивированных мнений налоговыми органами, а именно применение истребительного характера. Это влечет за собой серьезные риски для бизнеса, когда компания под влиянием мотивированного мнения отказывается от выгодной транзакции и теряет прибыли и рынки сбыта. Тем самым возникает угроза, что налогоплательщики будут «мягко» принуждаться к отказу от правомерной налоговой оптимизации в направлении максимального достижения публичных интересов. Актуальность этой проблемы усиливает то обстоятельство, что законодателем до сих пор «не решен вопрос о разрешении ситуации, когда процедура не дала желаемого результата, и устранить имеющиеся разногласия между налогоплательщиком и налоговым органом ФНС России так и не удалось». [5]

Перечисленные проблемы в вопросе реализации налогового мониторинга, как формы налогового контроля, не являются существенным препятствием для внедрения и дальнейшего его развития на территории России. Реализуемая трансформация налоговой системы повышает доверительные отношения между налоговым органом и организациями, а также снижает затратную нагрузку налогового администрирования. По мимо этого, положительной тенденцией развития налогового мониторинга является использование современных технологий, которые помогут отойти от сложившегося способа получения документов и направить внимание на более внимательное изучение возможных рисков. Дальнейшее развитие налогового контроля во многом зависит от изменения требований и критериев к вступлению в систему со стороны фискального органа. Для совершенствования системы налогового мониторинга в России необходимо:

- проявление внимания к интересам отдельного налогоплательщика, и основываясь на них стимулировать должное исполнение своих налоговых обязательств;
- обеспечить увеличение технологической оснащенности системы для непрерывного обмена необходимой информацией между субъектами налогового мониторинга;
- разработать процедуру осуществления налогового мониторинга, применимой к специфике малого и среднего бизнеса, в основе которой лежит взаимодоверие и ясность, в частности передаваемой информации на этапах формирования и реализации налогового обязательства;
- разработать качественную систему внутреннего контроля, включающую в себя распознавание налоговых рисков, уменьшения объемов затрат на налоговое администрирование на последующих стадиях, выявления нарушений налогового права, применение санкций.

Таким образом, налоговый мониторинг как способ взаимодействия и реализации фискальной функции налоговых органов по отношению к налогоплательщикам способно повысить уровень прозрачности, точности и оперативности разрешения спорных вопросов в области налогово-правового регулирования отношений. Это снижает общее количество возникновения налоговых споров, что, несомненно, повышает привлекательность налоговой системы России в условиях международной конкуренции за привлечение инвестиций, капиталов, квалифицированных трудовых ресурсов. «Налогоплательщик получает определенность по вопросам налогообложения, то есть минимизирует налоговые риски, а налоговый орган тратит меньше материальных и трудовых затрат на налоговое администрирование» [6]. В этом реализуется удобство и выгода данного взаимодействия сторон. Коллаборация на основе доверия и открытости – сущность применения налогового мониторинга.

Список источников

1. Письмо Федеральной налоговой службы от 17.12.2014 № БС-4-11/26159 «О налоге на имущество организаций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70752428/> (15.11.2021)
2. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.1998 №146-ФЗ (ред. от 02.07.2021)
3. Бадеева, Е. А. Современные тенденции и перспективы развития налогового мониторинга в России / Е. А. Бадеева, А. А. Машкина, А. Н. Нагаева // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2020. – № 1 (33). – С. 24–36.
4. Литвинова, Ю. М. Налоговый мониторинг: опыт правового регулирования в зарубежных странах / Ю. М. Литвинова // Ленинградский юридический журнал. – 2017. – № 4 (50) – С. 175–181.
5. Землянская, И. С. Налоговое консультирование в Российской Федерации: состояние и тенденции развития / И. С. Землянская // Правовая парадигма. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 76–86.
6. Профессия – налоговый консультант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/33532049.html> (15.11.2021).
7. Демин А.В. Налоговый мониторинг: текущее состояние, проблемы и перспективы // Финансовое право. Налоговое право. Банковское право. – 2016. – С. 226–234.
8. Воронов А. А. Мониторинг как перспективная форма налогового контроля // Вестник Финансового ун-та. 2016. № 2. С. 146.
9. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/taxation/reference_work/taxmonit/ (15.11.2021)

УДК 336.225

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМАТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ, С ПОЗИЦИИ ОПТИМАЛЬНОСТИ И СНИЖЕНИЯ ДУБЛИРОВАНИЯ ФУНКЦИЙ

ЧЕРНЫХ МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА

Студент

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Научный руководитель: Дзина Максим Анатольевич*к.э.н. доцент кафедры «государственное и муниципальное управление»**Института развития города СевГУ**ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»*

Аннотация: в статье рассматриваются цифровые инструменты, используемые в деятельности налоговых органов и налогоплательщиков. Автор статьи обращает внимание на проблему, связанную с дублированием функциональных возможностей личного кабинета налогоплательщика и цифрового профиля налогоплательщика, предлагает решение данной проблемы.

Ключевые слова: Цифровые технологии, личный кабинет налогоплательщика, цифровой профиль налогоплательщика, электронные сервисы, функционал.

IDENTIFICATION OF THE PROBLEMS OF USING DIGITAL TOOLS IN THE TAX SPHERE, FROM THE POSITION OF OPTIMALITY AND REDUCTION OF DUPLICATION OF FUNCTIONS.

Chernykh Maria Alekseevna*Scientific adviser: Gina Maxim Anatolyevich*

Abstract: the article discusses digital tools used in the activities of tax authorities and taxpayers. The author of the article draws attention to the problem associated with the duplication of the functionality of the taxpayer's personal account and the taxpayer's digital profile, and offers a solution to this problem.

Key words: Digital technologies, taxpayer's personal account, taxpayer's digital profile, electronic services, functionality.

Одним из главных трендов на протяжении десятилетия является цифровизация здравоохранения, образования, промышленности, сельского хозяйства, государственных услуг и так далее. Цифровизация коснулась и системы налогообложения, так как использование цифровых технологий позволяет собирать и анализировать массивы данных, выявлять активность в сером секторе экономики и в по-

следующем привлекать к ответственности, иными словами оптимизировать деятельность налоговых органов.

Необходимо отметить, повышение продуктивности взаимодействия налогоплательщиков и налоговых органов, это выражается, во-первых, в применении налогового мониторинга в режиме реального времени, во-вторых, в использовании сервисов, с помощью которых рассчитывается налоговая нагрузка, стоимость патента, проверяется точность заполнения счетов-фактур и так далее, в-третьи, функционирование личного кабинета налогоплательщика (далее - ЛКН) и формирование цифрового профиля налогоплательщика (далее - ЦПН).

Два вышеуказанных инструмента цифровизации в некоторых аспектах имеют одинаковый функционал. Дублирование снижает эффективность по ряду причин: 1) создание цифрового инструмента, действие которого распространяется на всё население государства, требует колоссальных денежных средств и трудовых ресурсов; 2) при отсутствии интенсивного взаимодействия между органами государственной власти может возникнуть несогласованная информация по одному и тому же критерию, что влияет на действия пользователя; 3) нечёткое понимание ответственности в структурах, имеющих одинаковый функционал, кроме того, осуществляется потребление ресурсов избыточными структурами.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить дублирующие функции цифровых инструментов и рекомендовать при совпадении функций выбрать один из них с расширением функционала в сторону ориентации на пользователя.

Задачи: 1. Обозначить функциональность ЛКН.

2. Выявить сущность и возможности ЦПН.

3. Определить сходство и различия между выше перечисленными цифровыми технологиями.

В соответствии со статьей 11.2. НК РФ Личный кабинет налогоплательщика - информационный ресурс, который размещен на официальном сайте федерального органа исполнительной власти, уполномоченного по контролю и надзору в области налогов и сборов, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и ведение которого осуществляется указанным органом в установленном им порядке. В случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, личный кабинет налогоплательщика может быть использован для реализации налогоплательщиками и налоговыми органами своих прав и обязанностей, установленных настоящим Кодексом.

Сервис ЛКН используют как физические лица, так и юридические функционал разделяется в зависимости от субъекта.

Сервис ЛКН предоставляет физическому лицу следующие возможности: 1. Получать актуальную информацию относительно объектов налогообложения, о суммах начисленных и уплаченных платежей, об имеющихся переплатах и задолженностях по налогам перед бюджетом; 2. Контролировать состояние расчетов с бюджетом; 3. Получать квитанции для уплаты налоговых платежей;

4. Оплачивать налоговую задолженность и налоговые платежи через банки - партнеры ФНС России; 5. Загружать программы для заполнения декларации по налогу на доходы физических лиц по форме № 3-НДФЛ, заполнять декларацию по форме № 3-НДФЛ онлайн, направлять в налоговую инспекцию декларацию по форме № 3-НДФЛ в электронном виде, подписанную электронной подписью налогоплательщика; 6. Отслеживать статус камеральной проверки налоговых деклараций по форме № 3-НДФЛ; 7. Обращаться в налоговые органы с различными вопросами без личного визита в соответствующий орган. [3, с. 161-162].

Характеристика цифрового профиля налогоплательщика (ЦПН) включает в себя информацию о паспортных данных, свидетельстве о рождении, идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), водительских правах, собственности, месте проживания и работы. [2, с. 365]

Цифровой профиль гражданина основан на:

- реестровой записи, содержащей актуальные и проверенные сведения о гражданине;
- распределенной структуре данных, содержащей ссылки на данные, которые хранятся в соответствующих государственных реестрах;

- возможности управления выданными гражданином цифровыми согласиями на обработку его персональных данных, полученных из цифрового профиля с помощью сервиса по управлению согласиями.

Таким образом Цифровой профиль, является совокупностью цифровых записей о лице, содержащихся во всех информационных системах государственных органов и организаций. Следовательно, ЛКН выполняет промежуточную функцию – по сути формирования базы данных для ЦПН с организацией последующей маршрутизации информационных потоков по запросу.

При этом, оба цифровых инструмента имеют процедуры идентификации пользователя, фронт офис (интерфейс пользователя) и бэк-офис (структуру баз, данных не видимых пользователю), что по сути представляет собой некое дублирование ресурсов разработки цифровых инструментов и последующей обеспечивающей поддержки.

Выводы

Большинство процессов государственного управления, призваны повышать уровень и качество жизни населения. Данную цель возможно достичь рациональном распределении ресурсов. В случае с процессами цифрового обеспечения системы налогообложения в качестве направлений повышения качества - выступают подходы, направленные на устранение избыточных, либо дублирующих процедур. Следовательно, в данном контексте целесообразно расширение инфраструктуры «Цифрового профиля» до уровня «единого окна» с одновременным переводом ЛКН в бэк-офис ЦПН в виде отдельного элемента базы данных ЦПН.

Список источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая: текст с изм. и доп. на 2 июля 2021 г.: [принят Государственной думой 16 июля 1998 г.: одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 г.]. // КонсультантПлюс: офиц. сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 3.11.2021).

2. Троянская Мария Александровна, Тюрина Юлия Габдрашитовна ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОГО ПРОФИЛЯ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКА // АНИ: экономика и управление. 2021. №2 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-tsifrovogo-profilya-nalogoplatelshchika> (дата обращения: 9.11.2021).

3. Юнусова А.К., Каширина М.В. К вопросу функционирования личного кабинета налогоплательщика в условиях современного налогового администрирования // Символ науки. 2017. №3. С 158-165

4. Концепция и архитектура цифрового профиля – ЕСИА 2.0 – URL: <https://www.boradmin.ru/tinybrowser/files/fns/2021/broshyura-lkn.pdf>

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 33

ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОД ДЛЯ СЕКТОРА ТУРИЗМА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

АБИР ХУСИНАспирантка первого курса
МПГУ

Аннотация. Эта статья представляет собой попытку изучить экономические выгоды и последствия туризма в развивающихся странах на примере Таиланда. Туризм в Таиланде был быстро развивалась в течение последних 20 лет и становится основной отраслью в Таиланде. В 2009 году туризм приносил 14,70% ВВП Таиланда. По данным правительства, в 2010 г. привлек 15,80 млн туристов и принес около 19 млрд долларов дохода. Очевидно, что туризм становится ведущей отраслью экономики Таиланда с точки зрения создания рабочих мест, получения доходов. и государственных доходов на экономическую утечку и рост местных цен.

Ключевые слова: тайская экономика, внутренний туризм, вклад, доход.

Введение

Индустрия туризма становится важным сектором экономики Таиланда, туризм часто рассматривается как источник дохода и иностранной валюты как для принимающих стран, так и для родные страны туриста. Особенно в развивающихся странах одним из основных мотивов продвижения региона в качестве туристического направления является ожидаемое экономическое улучшение. Итак, значительное количество общественных кампаний и рекламных объявлений было использовано для продвижения туризма. Туристические ресурсы; места назначения или туристические достопримечательности, куда люди едут для отдыха цели (Карияпол, 2019; ЮНЕСКО, 2017), правительство Таиланда считает индустрию туризма Таиланда одной из важнейших отраслей для получения дохода.

Управление по туризму Таиланда сообщило, что с 2014 года Таиланд получает около 2000 миллионов бат в год в виде поступлений от туризма, что ставит его на 10-е место по величине источника дохода для индустрии туризма в любой стране (Министерство туризма и спорта, 2016). Количество международных туристических прибытий в Таиланд в 2018 году достигло 38,12 млн человек. Таким образом, в 2018 году Таиланд получил примерно 2,01 трлн бат дохода от прибытия иностранных туристов (Kasikorn Research Center, 2019). Однако туризм также подвергается критике за положительное и отрицательное влияние многих направлений, которые посещают туристы. Существует три основных воздействия - экологическое, экономическое и социально-культурное. В этой исследовательской работе показано, что туризм имеет как отрицательные, так и положительные экономические последствия.

Цель

Целью данной статьи является попытка изучить экономические выгоды и последствия туризма в развивающихся странах, на примере Таиланда в качестве примера поиска значительных туризма от положительного к отрицательному влиянию туризма.

Экономические последствия туризма

Туризм может стать отличным стимулятором доходов, если сообщество сможет эффективно им управлять. Есть случаи, когда туризм может на самом деле оказать негативное влияние на сообщество.

Что туризм может сделать для экономики? На самом деле туризм — невероятно трудоемкая отрасль. При этом создание рабочих мест для удовлетворения спроса является обязательным. Основными отраслями, на которые влияет туризм, являются: транспорт, гостиничный бизнес, рестораны и розничная торговля. По мере роста туризма растет потребность в работниках в каждой из этих отраслей. Прямые положительные экономические последствия события для экономической зоны в результате расходов туристов с точки зрения доходов, рабочих мест и налогов. Оценка этих экономических последствий варьируется в зависимости от сбора первичных данных, подхода, используемого для проведения исследования и сбора первичных данных. Существует три различных метода сбора первичных данных, а также агрегирования или дезагрегирования данных для разработки оценок воздействия (Kasikorn Research Center, 2019; Messer, 2010).

Оценка косвенных и индуцированных положительных экономических воздействий

Путешественники в экономической зоне производят вторичное воздействие по сравнению с их первоначальными расходами. Косвенное воздействие возникает, когда отрасли, связанные с путешествиями, такие как отели, покупают товары и услуги у поставщиков в пределах экономической зоны. Эти покупки генерируют дополнительную продукцию или продажи. Отрасли удовлетворяют спрос, поставляя товары и услуги, необходимые отелям.

Другой тип вторичного воздействия — индуцированное воздействие на продажи или объем производства. Это происходит потому, что работники отраслей и их поставщики тратят часть своих заработков в экономическом районе. Сумма косвенных и индуцированных эффектов включает общее вторичное влияние расходов путешественников в экономическом регионе (Каряполь, 2019; Центр экономической разведки СКБ, 2019).

Генерация дохода

Доходы от туризма составляют валовой национальный продукт страны. Вклад туризма — это деньги, потраченные туристами, за вычетом покупок сектора туризма для обслуживания.

эти туристы. В большинстве развитых и во многих менее развитых странах процентная доля доходов от международного туризма в валовом национальном продукте невелика, обычно от 0,30% до 7,00%.

Добавление эффектов внутреннего туризма значительно увеличивает этот процент, поскольку внутренний туризм обычно гораздо более обширен, чем иностранный туризм (Geneva Business School, 2019). Общий полученный доход зависит от мультипликативного эффекта, отмеченного выше. Различные отрасли промышленности приносят больший доход, чем другие. Полученный доход является отражением общей суммы потраченных средств и суммы утечек в этом секторе. Например, было обнаружено, что в гостиницах типа «ночлег и завтрак» наблюдается относительно низкая утечка из-за их способности покупать то, что им нужно, на месте. Однако изначально они приносят гораздо меньший доход по сравнению с крупным отелем, который будет иметь меньший мультипликативный эффект из-за необходимости приобретать товары и услуги за пределами пункта назначения (Geneva Business School, 2019). Некоторые отрасли экономики получают от туризма больше, чем другие. Основными отраслями, получающими выгоду от туристических расходов, являются продукты питания и напитки, жилье, транспорт и розничная торговля. Сильный вторичный эффект ощущается в сфере недвижимости, автосервисов, ремонта и грузоперевозок (CBRE Thailand, 2017; АТЛАС ООН, 2016 г.).

Государственные доходы

Доходы от туризма поступают государству тремя способами: от прямого налогообложения работников, а также товаров и услуг; от косвенного налогообложения, такого как таможенные пошлины; и от доходов, полученных от государственных предприятий. Правительство Багамских островов, например, оценивает доходы от туризма из следующих источников: таможенные пошлины, акцизные сборы, налог на недвижимость, налог на транспортные средства, налоги на азартные игры, гербовый сбор, услуги коммерческого характера, сборы и сборы за обслуживание, доходы от государственной собственности, проценты, возмещение и погашение кредита. Индустрия туризма Таиланда зафиксировала общее количество международных прибытий в 31,25 миллиона человек в январе-октябре 2018 года, что на 7,84% больше, а доход от туризма составил около 1,63 триллиона батов, что на 9,98% больше,

чем за тот же период 2017 года, с разбивкой по каждому региону, как показано ниже (ТАТ). Новости, 2019 г., ЮНЕСКО, 2017 г., Yuvejwattana, 2011 г.):

Обзор: все регионы росли хорошо, кроме Ближнего Востока и Океании. Посетители из Восточной Азии составили 21,58 млн (+9,71%), Европы 5,24 млн (+4,24%), Америки 1,25 млн (+3,01%), Южной Азии 1,60 млн (+10,75%), Океании 766 119 (-1,74%), Ближний Восток 635 311 (-6,29%) и Африка 158 630 (+8,41%).

Восточная Азия: посетители из Восточной Азии составили самую большую долю рынка среди всех посетителей. Всего 21,58 миллиона человек, или 69,00%, были выходцами из стран Восточной Азии. Помимо Китая, другими основными источниками прибытия были Малайзия (3,17 миллиона), Южная Корея (1,46 миллиона) и Лаосская Народно-Демократическая Республика. (1,44 миллиона).

АСЕАН: страны АСЕАН в общей сложности генерируют более 8,24 миллиона прибытий, при этом рост приходится на Малайзию (+ 12,73%), Филиппины (+ 12,33%), Индонезию (+ 10,94%), Вьетнам (+ 9,46%), Лаосскую НДР. (+4,92%), Камбоджа (+4,36%), Сингапур (+2,99%), Мьянма (+0,56%), но Бруней (-4,95%).

Европа: количество посетителей из Европы выросло на 4,24% до 5,24 миллиона человек. Россия сохранила свой статус крупнейшего исходного рынка из Европы с прибытием 1,10 млн человек, что на 11,75% больше. Соединенное Королевство является вторым по величине исходным рынком с общим количеством 788 333, за ним следует Германия с 695 077, что на 3,96% больше. Также выросли посетители из Восточной Европы (+9,34%), Австрии (+12,22%), Нидерландов (+6,65%), Финляндии (+5,99%), Италии (+5,85%) и Дании (+4,27%).

Америка: прибытие из Америки выросло на 3,01% до 1,25 миллиона. Основной рынок, США, увеличился на 5,61% до 875 485. Прибытия из Канады выросли на 7,52%.

Южная Азия: прибытие из Южной Азии выросло на 10,75% до 1,60 млн. человек. Индия возглавила список с ростом прибытия на 11,23% до 1,28 миллиона. Другие страны также показали хороший рост; такие как Непал (+25,00%), Бангладеш (+8,70%), Пакистан (+3,64%), Шри-Ланка (+3,39%).

Океания: количество прибывающих из Океании сократилось на 1,74% до 766 119 посетителей. Посетители из Австралии сократились на 1,96% до 665 308 человек. Прибытие из Новой Зеландии снизилось на 0,47% до 97 631.

Ближний Восток: прибытие из ОАЭ сократилось на 7,99% до 109 705 человек. Прибытие из Саудовской Аравии сократилось на 19,64% до 24 695 человек. Однако некоторые рынки, такие как Кувейт (+2,73%), показали хорошие результаты.

Африка: прибытие из Африки выросло на 8,41% до 158 630, в основном за счет прибытия из Южной Африки (80 109). В 2018 году ТАТ поставила цель достичь 36 миллионов прибытий и 1,97 трлн бат расходов, что на 3,85% и 8% больше, чем в 2017 году, соответственно.

Работа

По оценкам, более 60 миллионов рабочих мест во всем мире создаются как прямо, так и косвенно иностранными посетителями и внутренними путешественниками, путешествующими в места, находящиеся на расстоянии 64 и более километров от дома.

33 000 рабочих мест создаются на каждый миллиард долларов США расходов в странах ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), в то время как в остальных странах создается 50 000 рабочих мест.

мира. В трех связанных с туризмом секторах – гостиницах и ресторанах, оптовой и розничной торговле, транспорте и связи – в общей сложности занято более 10 миллионов человек, прибавляя 1,40%.

каждый год и составляет 26,00% от общей занятости в Таиланде (ТАТ News, 2018). Согласно Phuket Insider (2009), туризм и связанная с ним отрасль предлагают 14,60 млн рабочих мест в Таиланде, что составляет 55% от общего числа рабочих мест в 26,60 млн человек. Согласно другому исследованию Всемирного совета по туризму, в 2009 году туризм предлагал более 4 миллионов рабочих мест, что составляло 11,10% от общего числа рабочих мест. Безработица становится одной из самых серьезных проблем общества, в 2010 году уровень безработицы в Таиланде составляет 0,50%; в 2011 году

- 0,70%. По сравнению с Соединенными Штатами (2010 г., 9,60% и 2011 г., 9,10%) и Китаем (2010 г., 6,10% и 2011 г., 6,50%) туризм в Таиланде действительно оказывает положительное влияние на общество. Кроме того, правительство Таиланда прогнозирует, что к 2019 году одна работа из каждых 8,30 рабочих мест в Таиланде будет связана с туризмом. Это дает Таиланду восьмое место среди стран.

с самыми высокими темпами роста общей занятости как в прямом, так и в общем вкладе (TAT News, 2018; TAT News, 2019; Thai Embassy, 2016).

Вклад в экономику местного сообщества

Туризм может быть значительной или даже неотъемлемой частью местной экономики. Поскольку окружающая среда является основным компонентом активов индустрии туризма, доходы от туризма часто используются для измерения Экономическое значение охраняемых территорий. Часть дохода от туризма поступает от неформальной занятости, такой как уличные торговцы и неофициальные гиды. Положительная сторона неформального или незарегистрированного

заключается в том, что деньги возвращаются в местную экономику и имеют большой мультипликативный эффект, поскольку они тратятся снова и снова (Geneva Business School, 2019).

Туризм вносит разнообразный экономический вклад, особенно в развитие общества. Он вносит прямой и косвенный вклад в валовой внутренний продукт (ВВП) региона и диверсифицирует местную экономику. Сектор также предоставляет возможности получения дохода местным сообществам, создает рабочие места для квалифицированных и неквалифицированных местных сообществ в различных секторах, таких как жилье, транспорт, развлечения (Messer, 2010). Более того, туризм порождает новые деловые возможности, поддерживая местный бизнес и способствуя получению валютных поступлений (Messer 2010). Кроме того, туризм поддерживает развитие инфраструктуры для местных сообществ и улучшает качество жизни местного населения.

Губернатор Управления по туризму Таиланда (TAT) заявил: «Когда растут местные сообщества, растет и страна. Благодаря тому, что путешествия и туризм в настоящее время широко признаны в качестве основного источника экономике, создании рабочих мест и распределении доходов, сейчас мы принимаем конкретные меры для обеспечения того, чтобы выгоды лучше распределялись по всей широте и глубине всего королевства». Цель заключается в том, чтобы улучшить соотношение внутренних и иностранных посетителей между главными и второстепенными городами с 70:30 до 65:35. Подробная информация о кампании «Удивительный Таиланд — на местном уровне» приведена ниже (TAT News, 2018; Новости TAT, 2019; Посольство Таиланда, 2016 г.):

Наслаждайтесь местным

Онлайн-карта TAT Plus будет запущена специально для использования в местных сообществах и второстепенных городах в партнерстве с точками питания и напитков, сувенирными магазинами, покупками в магазине Pracharath Sookjai, заправочными станциями, компаниями по аренде автомобилей и т. д. Владельцы карт получают специальные скидки и начисление миль за выкуп с различными внутренними авиакомпаниями.

SET в местном

Поощрять компании, зарегистрированные на Фондовой бирже Таиланда (SET), проводить свои мероприятия MICE; такие как конференции и семинары, а также деятельность по корпоративной социальной ответственности (КСО) в местных сообществах и второстепенных городах в 55 провинциях, особенно в будние дни. В число партнеров входят Тайское бюро конференций и выставок (ТСЕВ), Департамент местной администрации.

и различные торговые палаты. Освобождение от корпоративного налога на доход в размере 100% расходов будет предложено для семинаров и проживания, транспортных и других расходов.

на проведение семинаров по обучению персонала в 55 провинциях. Это эквивалентно 200% вычета корпоративного налога на такие расходы на семинары по обучению персонала.

Локальная ссылка

Сотрудничать с местными туроператорами и турагентами, чтобы предлагать стимулы; например, питание со скидкой при покупке местных туристических пакетов, охватывающих второстепенные направления. Исключение от подоходного налога с населения на сумму, выплаченную туроператорам,

гостиничным операторам или операторам проживания в семье за внутренние туры в 55 провинций, но не более 15 000 бат в общей сложности.

Ешьте местное

Содействуйте потреблению местных продуктов питания и покупке местного сырья в сотрудничестве с Тайской ассоциацией ресторанов, знаменитыми шеф-поварами, компаниями, выпускающими кредитные карты, местными банками и провинциальными властями. органы власти. Привлеките любителей еды, организовав мероприятия «Ешь по-местному» под эгидой различных местных офисов ТАТ по всей стране. Предлагайте возможности зарабатывать баллы и получать привилегии; такой например, обедать в ресторанах, отмеченных звездами Мишлен.

Негативное влияние экономических воздействий

Туризм сопряжен со многими скрытыми издержками, которые могут иметь неблагоприятные экономические последствия для принимающего сообщества. Часто развитые страны получают больше прибыли от туризма, чем бедные. В то время как наименее развитые страны наиболее остро нуждаются в доходах, занятости и общего повышения уровня жизни за счет туризма, они, к сожалению, менее всего способны реализовать эти блага. Среди причин этого — крупномасштабный перевод доходов от туризма из принимающей страны и исключение местных предприятий и продуктов (Boz, 2012).

Утечки происходят во многих отраслях промышленности. В случае туризма причины экономической утечки зависят от пункта назначения и его развития. Как правило, утечка туризма происходит, когда доходы от его экономической деятельности недоступны для реинвестирования или потребления товаров и услуг в пределах одного и того же направления. В результате происходит «утечка» экономических ресурсов, что преимущественно происходит, когда туристические компании принадлежат иностранцам и/или когда они базируются в другой стране. Крупномасштабная утечка связана с массовым туризмом и элитным туризмом класса люкс, оба из которых, как правило, контролируются извне. Утечка также происходит, когда товары, услуги и рабочая сила, связанные с туризмом, импортируются. Таким образом, трудно избежать утечки, особенно в малых островных развивающихся государствах, зависящих от импорта квалифицированных кадров, товаров и услуг (Boz, 2012). Митчелл и Шейла (2007) далее пояснили, что утечками также являются платежи, осуществляемые за пределами страны назначения: другими словами, доля общей стоимости отпуска, которая не доходит или остается в стране назначения. Некоторая утечка происходит внутри страны, когда туристы тратят деньги в пункте назначения, но это оплачивает импортные товары и услуги. Другие утечки туризма внешние платежи, которые никогда не доходят до страны назначения, такие как комиссионные турагентам, прибыль туроператора и иностранные авиакомпании. Всемирная туристская организация проводит аналогичные опросы; во многих развивающихся странах и практически во всех менее развитых странах, как правило, значительный процент иностранной валюты доходы, получаемые от международных туристических прибытий, утекают из экономики. Эта утечка может быть в форме репатриации льгот иностранных туристических компаний, оплаты труда иностранного персонала и, наконец, что не менее важно, импорт товаров и услуг для удовлетворения потребностей туристов (Boz, 2012; UNWTO, 2007; TAT News., 2019).

Существует два основных пути возникновения течи:

1. Импортная утечка

Это происходит, когда туристы требуют стандартов оборудования, продуктов питания и других продуктов, которые принимающая страна не может предоставить. Это характерно для менее развитых стран, где еду и напитки часто приходится импортировать, так как местные продукты не соответствуют туристическим стандартам или в стране просто нет промышленности-поставщика. Таким образом, при таком сценарии большая часть доходов от туристических расходов снова покидает страну для оплаты этого импорта. По данным ЮНКТАД, средняя утечка, связанная с импортом, для большинства развивающихся стран сегодня составляет от 40,00% до 50,00% валового дохода.

Доходы от туризма для малых стран и от 10,00% до 20,00% для наиболее развитых и диверсифицированных экономик. Однако утечка импорта характерна не только для развивающихся стран. Учиться из ЮНЕП по туризму (2011 г.), рассматривая «утечку» туризма в Таиланде, подсчитано, что 70% всех денег, потраченных туристами, в конечном итоге покинули Таиланд (через иностранных куро-

ператоров, авиакомпаний, отелей и т. д.).

Оценки, сделанные для других стран третьего мира, варьируются от 80% в Карибском бассейне до 40,00% в Индии. В среднем из каждых 100 долларов США, потраченных на туристический тур туристом из развитой страны, только около 5 долларов США фактически остаются в экономике страны назначения (SCB Economic Intelligence Center, 2019).

2. Экспортная утечка

Значительную долю утечки импорта составляют транснациональные корпорации и крупный иностранный бизнес. Часто, особенно в бедных развивающихся странах, только они обладают необходимым капиталом для инвестирования в строительство туристической инфраструктуры и объектов. Вследствие этого возникает утечка экспорта, когда зарубежные инвесторы, финансирующие курорты, а отели возвращают свою прибыль в страну происхождения (Boz, 2012; UNEP Tourism, 2011). По данным CBRE Research, 45,00% существующих отелей в Бангкоке работают с международными брендами. Остальное — местные гостиничные бренды (37%) и отели без бренда (18%). С доля 67,00%, международные гостиничные бренды доминируют на рынке первоклассных и роскошных отелей в центре Бангкока. В то время как международные отели имеют большую долю рынка, чем местные бренды в первоклассный и роскошный сектор гостиничного рынка в центре Бангкока, совсем другая история для отелей среднего класса, которые составляют 40,00% гостиничного предложения в центре Бангкока (Boz, 2012; SCB Economic Интеллектуальный центр, 2019).

3. Повышение цен

Увеличение спроса на основные услуги и товары со стороны туристов часто приводит к повышению цен, что негативно сказывается на местных жителях, чьи доходы не увеличиваются пропорционально. Кроме того, развитие туризма и связанный с ним рост спроса на недвижимость могут резко увеличить стоимость строительства и стоимость земли (Kariyapol, 2019; Yuvejwattana, 2011). Одно из самых популярных направлений в Таиланде, остров Самуи, столкнулся с серьезной проблемой с тех пор, как в начале 2000 года на этот остров пришел туризм. Местное население изо всех сил борется за выживание из-за высоких цен на товары. Еда также продается местным жителям по тем же ценам, что и туристам. Цена на свинину выросла с 36 бат за килограмм в прошлом до 80-100 бат. Сборы за последнее десятилетие количество общественных пикапов для передвижения по острову удвоилось. На острове есть такси со счетчиком, которые могут стоить 300 бат, доступная сумма для островитян. Есть четыре частных больницы с современным оборудованием и удобствами, но большинство их клиентов являются иностранцами. У большинства местных жителей нет другого выбора, кроме как обратиться в единственную государственную больницу на острове, в которой есть 11 врачей и 166 коек для обслуживания 40 000 местных жителей и еще 100 000 рабочих-мигрантов (TAT).

Новости, 2016; Исследовательский центр Касикорн, 2019).

Экономическая зависимость

Многие страны, особенно развивающиеся страны, у которых мало возможностей для изучения других ресурсов, используют туризм как способ стимулирования экономики. Однако, как следствие, их выживание часто зависело от регулярного притока доходов от туризма. В Гамбии, например, 30,00% рабочей силы прямо или косвенно зависят от туризма. По данным ВТО, в малых островных развивающихся государствах процентное соотношение может варьироваться от 83,00% на Мальдивах до 21,00% на Сейшельских островах и 34,00% на Ямайке (Boz, 2012). Согласно Maierbrugger (2017), правительство Таиланда в своем экономическом обзоре за 2016 год заявило, что в прошлом году на путешествия и туризм приходилось 17,70% национального дохода, что является колоссальной цифрой, учитывая, что в прошлом эта доля составляла около десяти процентов. в денежном выражении общий доход от туризма составил около 71 миллиарда евро, большая часть которых была потрачена на отели, еду и напитки, транспорт, спортивные мероприятия и разного рода развлечения.

Из всего дохода около двух третей приходится на международный туризм. С экономической точки зрения, зависимость Таиланда от туризма нездорова, поскольку он кажется единственным драйвером органического роста для страны.

Распределение денег также ограничено несколькими регионами, в основном Бангкоком, Чианг-

маем, Чонбури и южными островами, что означает, что распределение доходов от туризма является крайне непропорциональным и не способствует развитию сельских районов и не уравнивает общенациональные доходы — вместо этого оно делает и без того богатые регионы становятся богаче и усугубляют неравенство (CBRE Thailand, 2017; SCB Economic Intelligence Center, 2019)

Вывод

Очевидно, что туризм обеспечивает значительное количество выгодных экономических последствий для любой страны или местности, которая принимает постоянный поток посетителей. Международные посетители являются ценным источником иностранной валюты. В то же время расходы как местных, так и иностранных посетителей вызывают каскадный эффект новых денег в экономике за счет эффекта мультипликатора. Стимулируется предпринимательство, создаются новые рабочие места, что в совокупности способствует увеличению государственных доходов. Но есть и негативные факторы, которые следует учитывать. Определение экономической выгоды становится все более распространенным инструментом, используемым государственными и местными туристическими агентствами для обоснования существующих и предлагаемых уровней рекламного бюджета. Основная цель принимающих стран должна состоять в том, чтобы уменьшить негативное воздействие туризма, возглавить устойчивое развитие туризма и увеличить положительный вклад в местное развитие.

Список источников

1. CBRE Таиланд. (2017), Международные гостиничные бренды-расширить охват. [Онлайн]. Получено 10 августа 2019 г. с <https://www.cbre.co.th/news/international-hotel-brands-expand-reach>.
2. Министерство туризма и спорта. (2016). Средние расходы на международный туристический приезд. [Онлайн]. Получено 23 июля 2019 г. с: <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>.
3. Центр экономической разведки SCB. (2019). Тайский туризм: сохранение успеха. [Онлайн]. Получено 30 августа 2019 г. https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/2953/ekn1rpps7/EIC_Insight_ENG_Tourism_2016.pdf
4. Женевская школа бизнеса. (2019). Две стороны туризма: положительное и отрицательное влияние на экономику. [Онлайн]. Получено 29 июня 2019 г. с: <https://gbsge.com/two-sides-tourism-positive-negative-impacts-economy/>.
5. Открытые учебники для Гонконга. (2019). Воздействие туризма. [Онлайн]. Получено 10 июля 2019 г. с: <http://www.opentextbooks.org.hk/ditatopic/37004>.

УДК 33

ТОРГОВО-ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН

ХВАН АЛЕКСАНДР

Студент

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»

Аннотация: в статье рассматриваются основные направления экономического сотрудничества между Российской Федерацией и Республикой Казахстан, характеризуются основные совместные проекты и анализируются актуальные экономические показатели, отражающие статику и динамику сотрудничества рассматриваемых государств, а также моделируются перспективы дальнейшего развития сотрудничества.

Ключевые слова: Российская Федерация, Республика Казахстан, экономическое сотрудничество, правовое регулирование, международные отношения.

TRADE AND INVESTMENT COOPERATION BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Khvan Alexandr

Abstract: The article examines the main directions of economic cooperation between the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan, characterizes the main joint projects and analyzes current economic indicators reflecting the statics and dynamics of cooperation of the states under consideration, as well as simulates the prospects for further development of cooperation.

Key words: Russian Federation, Republic of Kazakhstan, economic cooperation, legal regulation, international relations.

На сегодняшний день экономические отношения между Республикой Казахстан (далее – РК) и Россией находятся на уверенно партнерском уровне, причём сотрудничество государств происходит в многоаспектном характере. Наиболее значимое партнёрство наблюдается в следующих отраслях:

- сельское хозяйство;
- торговля;
- машиностроение;
- транспортная промышленность;
- обрабатывающая промышленность;
- и др.

Несмотря на то, что пандемия инфекции COVID-19 оказала отрицательное влияние на торгово-экономические отношения между государствами в мире, партнёрство РФ с Казахстаном в данном направлении сохранилось на достаточно высоком уровне: согласно официальным данным на 2020 год, товарный оборот между РФ и РК сократился на 8,9%, однако доля РК в торговом обороте РФ составила 21,4%, что является высоким показателем [1].

Основой подобного прочного и долговременного сотрудничества являются уже сложившиеся экономические связи, которые сохранились ещё с периода советской государственности, когда рассматриваемые страны были частью СССР, подобный факт можно считать преимуществом на фоне других примеров международного экономического сотрудничества.

Особое значение для развития и функционирования торгово-инвестиционного сотрудничества РФ и Казахстана играет нормативно-правовая база, представленная преимущественно двусторонними соглашениями о сотрудничестве, к их числу следует отнести:

- Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи (от 25 мая 1992 г.) [2];
- Декларация о вечной дружбе и союзничестве, ориентированном в XXI столетие (от 6 июля 1998 г.) [3];
- Договор о добрососедстве и союзничестве в XXI веке (от 11 ноября 2013 г.) [4].

Роль в осуществлении и укреплении межгосударственного сотрудничества также играет сложившаяся институциональная база, сформированная с 1997 года, которая представлена Межправительственной комиссией по сотрудничеству между РФ и РК и созданными в рамках ее структуры подкомиссии, сформированными по отраслевому критерию, к их числу относится комиссия по транспорту, науке и новым технологиям, топливно-энергетическому комплексу, промышленности, а также межрегиональному, приграничному, инвестиционному, банковскому, военно-техническому и культурно-гуманитарному взаимодействию.

Характеризуя экспорт из России в Казахстан, на первый план выходят следующие основные статьи поставок:

- транспортное оборудование и автомобили (25,9% экспорта);
- сельско - хозяйственная сырьевая продукция, а также продовольствие (15,9% экспорта);
- химическая промышленная продукция (15,5% экспорта);
- металлы и металлические изделия (14,8% экспорта);
- минералы (12,2% экспорта).

Характеристика импорта позволяет выделить следующие основные предметы поставок:

- минералы (42,4% импорта);
- химическая промышленная продукция (15,9% импорта)
- сельско - хозяйственная сырьевая продукция, а также продовольствие (7,8% импорта);
- продукция машиностроения (7,2% импорта);
- металлы и металлические изделия (4,3% импорта).

Особенным стратегическим значением обладает совместная инвестиционная деятельность в рамках отдельных проектов. Примером подобного направления сотрудничества является национальная космическая программа «Байтерек», реализация данной программы позволит Казахстану присоединиться к числу мировых космических держав и осуществлять с ними наравне освоение космического пространства.

В развитии сотрудничества в сфере торговли на сегодняшний день курс задан на развитие связей между отдельными предприятиями субъектов РФ и регионов РК. Так, на сегодняшний день уже 76 российских субъектов из 85 имеют экономические связи с партнерами из Казахстана. 70% оборота российско-казахстанской торговли приходится на приграничную торговлю. Если говорить о лидерах в данном виде сотрудничества, то наиболее высокие торговые показатели отмечаются у таких российских субъектов, как города федерального значения Москва и Санкт-Петербург, Московская область, Самарская область, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Омская область, Челябинская область.

Продолжает сохраняться и увеличиваться интерес казахстанских компаний к сотрудничеству с РФ. На сегодняшний день более 3000 предприятий с иностранным участием на территории Казахстана созданы в результате сотрудничества с рособизнесом. Увеличивается и количество российских юридических лиц, которые регистрируют и ведут свою деятельность на территории РК. В Казахстане успешно реализуется более 50 крупных проектов при поддержке таких российских компаний, как «АвтоВАЗ»,

«Газпром», «ЕвроХим», «КАМАЗ», «Мечел», «Росатом», «Роскосмос», «Ростех», «Русагротранс», «Соллерс», «Фармстандарт», «Яндекс», «1С», «Вайлдберриз» и др.

В Казахстане также функционируют и дочерние отделения крупнейших банков РФ, таких как: «Сбербанк», «ВТБ», «Альфа-Банк», «Газпромбанк» и «Россельхозбанк», «ХКФ Банк», «Ингосстрах» и «ВТБ Медицинское страхование».

С 2016 г. в Нур-Султане осуществляет свою деятельность офис Российского экспортного центра. В июле 2020 г. на базе ТОО «Росгеогаз» (дочерняя компания АО «Росгеология»), имеющего лицензию Министерства энергетики РК на выполнение геолого-геофизических услуг, создано совместное с казахстанцами предприятие АО «Росгео» [1].

Согласно официальной статистике, в 2020 г. объем накопленных российских инвестиций в экономике Казахстана достиг 16,9 млрд долл., казахстанских в России – 4,3 млрд долл. Однако, по оценкам Посольства, фактические капиталовложения рособизнеса в РК значительно выше и, с учетом деятельности, осуществляемой через европейские подразделения, составляют около 42 млрд долл. [1].

На сегодняшний день также ведётся политика по определению основных приоритетных отраслей для инвестирования. Для Республики Казахстан Россия сегодня является основным и приоритетным субъектом для организации и ведения инвестиционного сотрудничества.

Так, например, в 2019 году была создана Программа совместных действий между Минпромторгом России и Министерством индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан в области развития производственной кооперации, на сегодняшний день продолжается сотрудничество в рамках банной программы, промежуточными результатами данного сотрудничества является:

- строительство и реализация проекта производству минеральных удобрений при поддержке «ЕвроХим»;
- создание мощностей для производства автопокрышек на территории РК при поддержке «Татнефть»;
- создание мощностей для производства деталей и комплектующих грузовой техники при поддержке «КАМАЗ»;
- в рамках борьбы с пандемией вируса COVID-19 также важно создание локализованных мощностей по производству вакцины Спутник V на территории Казахстана.

Также, сегодня налажено сотрудничество между Министерством иностранных дел Казахстана, компанией «КазахИнвест», а также российскими учреждениями, расположенными на территории Казахстана для целей осуществления инвентаризации инвестиционных проектов, которые находятся на стадии реализации или же запланированы для дальнейшей реализации, предполагается, что данный вектор взаимодействия должен оказать позитивное влияние на действующие формы сотрудничества между государствами [5].

Таким образом, проведенный обзорный анализ позволяет сделать вывод о важности и слаженности существующих элементов и направлений сотрудничества между Российской Федерацией и Республикой Казахстан, в торгово-инвестиционной сфере, представляется, что дальнейшее развитие данного сотрудничества позволит не только улучшить экономические показатели каждого из рассматриваемых государств, но и укрепить их значение и влияние в мировом экономическом пространстве.

Список источников

1. Официальный портал Посольства РФ в Республике Казахстан // URL: http://www.rfembassy.kz/lm/dvustoronnie_otnosheniya/torgovo-ekonomicheskie_svyazi/ (дата обращения 15.12.2021)
2. «Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Российской Федерацией и Республикой Казахстан» (Подписан в г. Москве 25.05.1992) (ред. от 07.06.2012) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 17.02.2016.

3. «Декларация между Российской Федерацией и Республикой Казахстан о вечной дружбе и союзничестве, ориентированном в XXI столетие» (Заключена в г. Москве 06.07.1998) // Российская газета (Ведомственное приложение). 1998. 18 июля.

4. «Договор между Российской Федерацией и Республикой Казахстан о добрососедстве и союзничестве в XXI веке» (Подписан в г. Екатеринбурге 11.11.2013) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>

5. Рубаев А. В., Никонов О. А. Россия и Казахстан: исторический опыт взаимоотношений и перспективы сотрудничества // Свободная мысль. 2021. №4 (1688). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-i-kazahstan-istoricheskiy-opyt-vzaimootnosheniy-i-perspektivy-sotrudnichestva> (дата обращения: 15.12.2021).

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330

ИССЛЕДОВАНИЕ БАЛАНСА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В РОССИИ И ХМАО-ЮГРЕ

ЖИВОДЕРОВ КОНСТАНТИН ЮРЬЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Нижневартровский государственный университет»

Научный руководитель: Петрова Вера Станиславовна

доцент

ФГБОУ ВО «Нижневартровский государственный университет»

Аннотация: в данной статье рассмотрены проблемы и тенденции развития баланса трудовых ресурсов в России и ХМАО-Югре.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, безработица, экономика, население.

STUDY OF THE BALANCE OF LABOR RESOURCES IN RUSSIA AND KHMAO-YUGRA

Zhivoderov Konstantin Yurievich*Scientific adviser: Petrova Vera Stanislavovna*

Abstract: this article discusses the problems and trends in the development of the balance of labor resources in Russia and the Khanty-Mansi Autonomous Okrug.

Key words: labor resources, unemployment, economy, population.

Анализ российского рынка труда и его развития позволяет определить основные этапы эволюции рынка труда, определенные особенностями национальной экономики [1].

Главная особенность рынка труда в России, это асимметрия, она показывает взаимосвязь объемов производства и занятости. В период кризиса 1991 – 1998 гг. снижение занятости было менее 15%, объема ВВП было 40%, а заработной платы 66%. Сейчас низкая занятость сохраняется к изменениям в выпуске продукции. Так же динамика занятости после 2009 года нулевая и не совпадает с ВВП [1]. Кризис в 2009 и 2015 годах не повлиял на численность занятых (рис. 1).

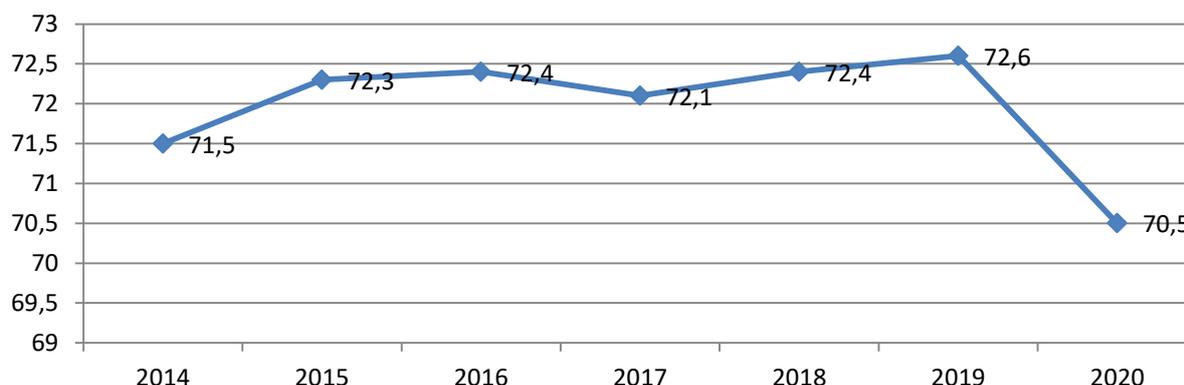


Рис. 1. Динамика численности занятых в 2014 – 2020 гг., млн чел.

Из рисунка мы можем видеть, что в 2020 году пошел спад численности занятых, это произошло из-за пандемии, потому что большая часть компаний стала сокращать рабочие места. По данным Росстата мы проведем полный анализ российского рынка труда и уделим внимание миграционным потокам, численности рабочей силы, а также уровню доходов населения.

Согласно последним данным от Росстат мы можем видеть, что в 2020 году численность рабочей силы составила 75,2 млн человек, из них 70,8 млн человек являются занятыми и 4,4 млн человек безработными. Так же мы можем видеть, что уровень безработицы в 2020 году составлял 5,9% (табл. 1) [3].

Таблица 1

Ситуация на рынке труда в 2020 году

Показатель	Значение
Число занятых в возрасте 15 лет и старше, млн. чел.	70,8
Число безработных в возрасте 15 лет и старше, млн. чел.	4,4
Уровень безработицы, %	5,9

Еще один параметр позволяющий оценить развитие рынка труда это заработная плата. За 1991 – 1998 годов реальная заработная плата уменьшилась на 2/3, а восстановление экономики в 1999 году повлияло на то, что до 2008 года реальная заработная плата каждый год росла на 10-20%. Кризисы в 2009 и 2015 годах отрицательно отразились на росте заработной платы. Так же величина заработной платы изменилась относительно других параметров из-за процессов, происходящих в экономике [3].

Из данных Росстата следует, что реальные доходы в 2020 году упали на 3,5%, а уровень доходов в России стал ниже на 11% по сравнению с 2013 годом.

Наибольшая заработная плата у программистов, работников сырьевых отраслей, страховой сферы, а также работников финансовой сферы (табл. 2).

Таблица 2

Самая высокая средняя зарплата по отраслям

Направление	Размер средней зарплаты в 2020 году, тыс. руб.
Добыча сырой нефти и природного газа	135
Производство табачных изделий	105
Разработка ПО	100
Деятельность в сфере финуслуг и страхования	100

Самая низкая заработная плата у людей работающих на производстве текстильных изделий, одежды и мебели (табл. 3).

Таблица 3

Самая низкая средняя зарплата по отраслям

Направление	Размер средней зарплаты в 2020 году, тыс. руб.
Производство текстильных изделий	26
Производство кожи и изделий из кожи	25
Производство мебели	26
Производство одежды	21

Уровень безработицы в стране остается невысоким, но уровень реальной заработной платы неудовлетворительный (рис. 2).

Заработная плата до 25 тыс. рублей. у 43% работающих. Реальные доходы населения снижаются несколько лет подряд. Это означает что заработные платы растут, но из-за увеличивающихся расходов денег становится меньше. Из-за этого граждане прибегают к вынужденным займам.

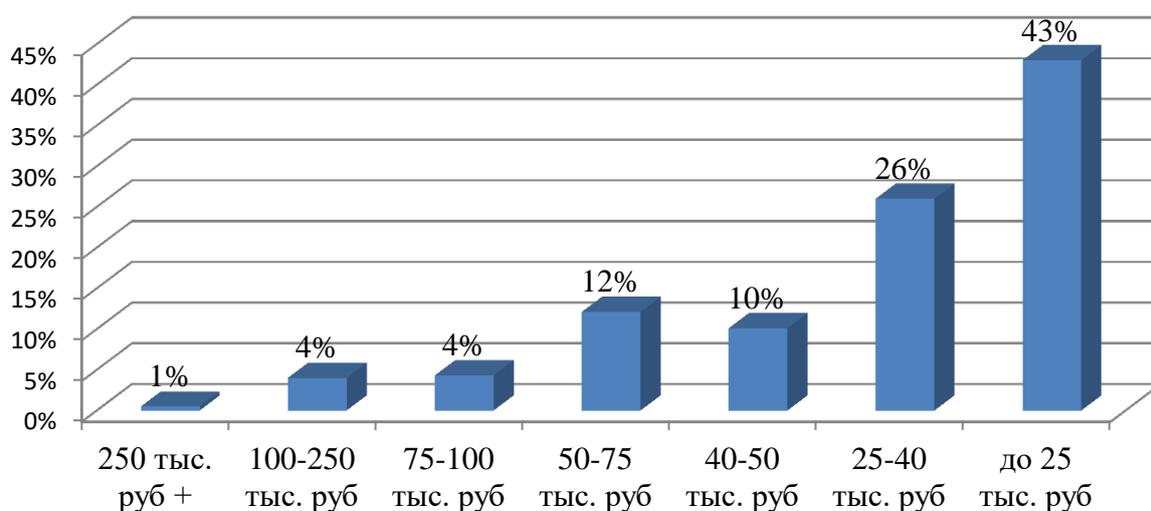


Рис. 2. Структура начислений зарплаты

Большое воздействие оказывают демографические тенденции на социально-экономическое развитие России. Наблюдаются тенденции ухудшения возрастной группы и старения населения.

Отрицательная динамика численности занятых стала особенностью рынка труда в России. Она обусловлена демографическими факторами. Для поддержки рынка труда повысили пенсионный возраст, хотя в 2020 году эта поддержка была минимальной. Но это не вызвало напряжений на рынке труда, из-за равноценного уменьшения занятых в трудоспособном возрасте.

Благодаря расширению границ трудоспособного возраста стала изменяться структура трудовых ресурсов. Должно начаться снижение количества работающих пенсионеров и увеличиваться количество занятых трудоспособного возраста. Эти изменения должны быть видны после 2021 года.

Так же стоит проводить анализ качественных и количественных составляющих трудовых ресурсов регионов, из-за сильного различия в развитии регионов. Главная особенность региона, это его высокая зависимость от эффективности работы отраслей или предприятий [3].

В Распоряжении Правительства РФ главной особенностью экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (ХМАО-Югры) является большая значимость работы нефтегазодобывающей отрасли. Удельный вес добычи полезных ископаемых в регионе составляет 66-93%.

ХМАО-Югра считается одним из наиболее благоприятным регионом в РФ, благодаря показателю уровня жизни и других социальных показателей.

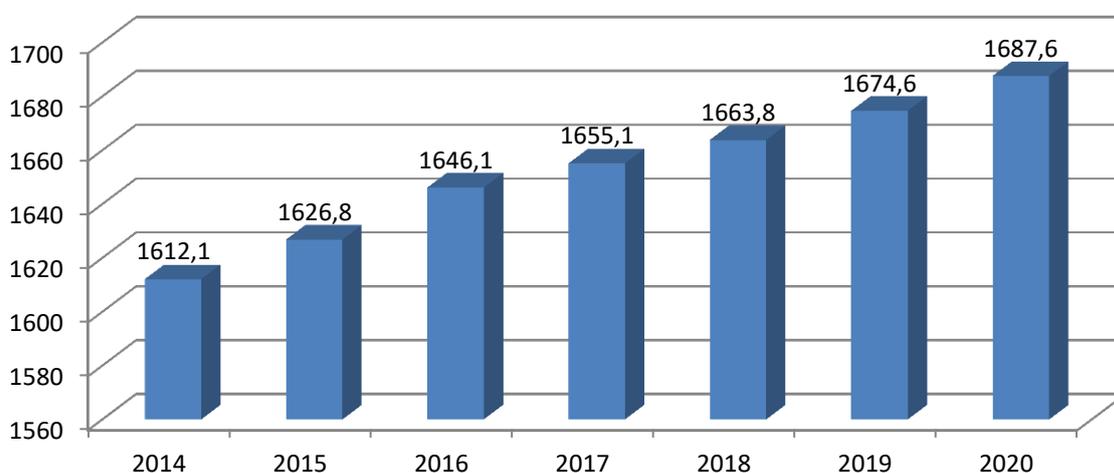


Рис. 3. Численность населения ХМАО-Югры на конец года, тыс. человек

На 2020 год численность региона составила 1687,6 тыс. человек, по сравнению с 2019 годом численность увеличилась на 13 тыс. человек. Численность трудоспособного возраста уменьшается, а старше трудоспособного увеличивается. Так же 91,8 % жителей приходится на городское население, а остальное на сельское население (8,2%) (рис. 3).

До конца 1980-х годов населению в регионе было присуще усиленное хозяйственное освоение. В основном прирост шел благодаря миграции (82%). Миграция была высока и миграционный оборот был 20%, но не все оставались в регионе. За 7 лет численность региона увеличилась на 4,6% (табл. 4). Так же нефтегазодобывающая промышленность сильно развилась и из-за этого население округа за 30 лет увеличилось почти на 1 млн. человек [2].

Таблица 4

Численность населения в ХМАО-Югре по основным возрастным группам

Возраст	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
моложе трудоспособного	351500	361300	370900	379400	386627	386200	386900
трудоспособного	1048400	1039400	1028800	1023500	1003704	1022900	1022400
старше трудоспособного	197300	211400	227000	243200	273464	265600	266100

Из таблицы мы можем видеть, что доля лиц в трудоспособном возрасте сократилась на 2,2% по сравнению с 2014 годом. Так же 60,3% населения находится в трудоспособном возрасте, 23,2% моложе трудоспособного и 16,4% старше трудоспособного возраста. Средний возраст населения составил примерно 35,2 лет, а продолжительность жизни 74,3 лет.

Численность безработных по данным обследования снижалась, но в 2020 году из-за пандемии численность безработных выросла на 0,3% (рис. 4).

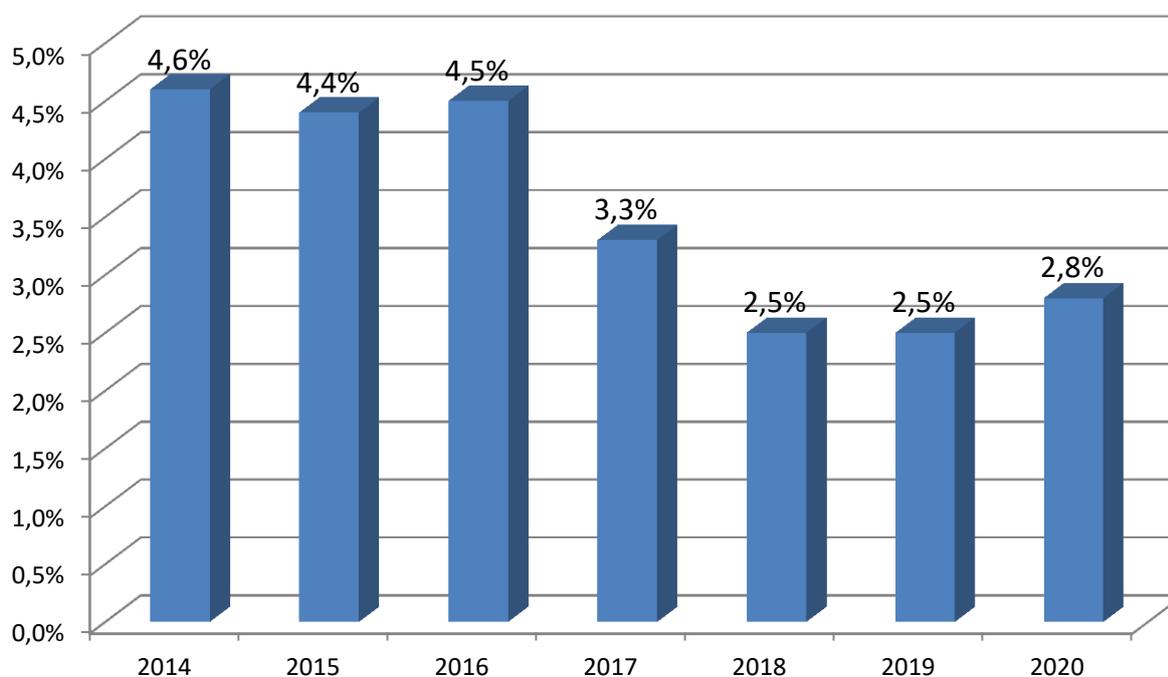


Рис. 4. Численность безработных

В 2020 году количество безработных стало 25,3 тысяч человек и это 2,8% от рабочей силы. Так же мы можем видеть, что заработная плата в регионе увеличивается с каждым годом (рис. 5).

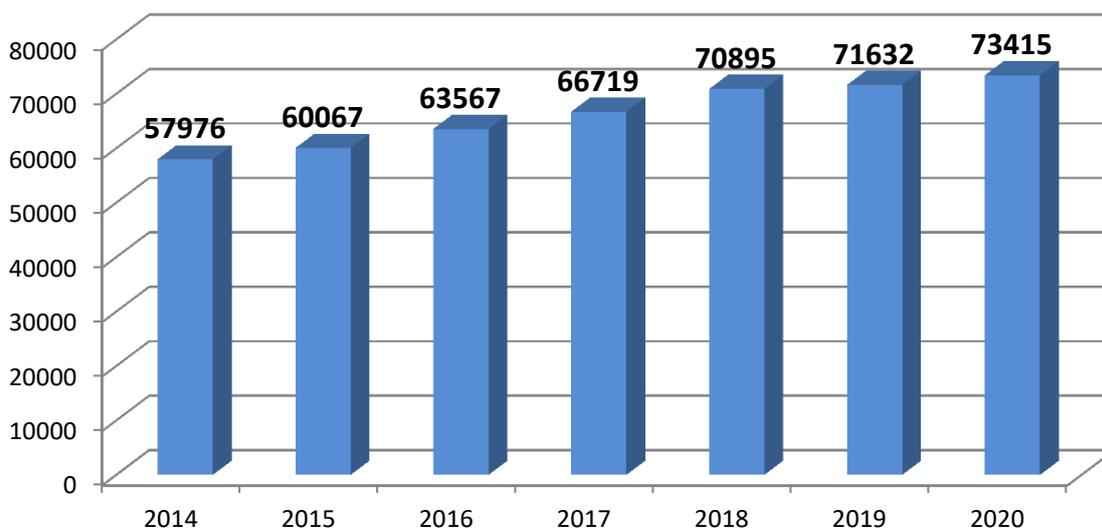


Рис. 5. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника, рублей

Из рисунка мы видим, что среднемесячная заработная плата одного работника в 2020 году составляла 73,4 тысяч рублей, зарплата с каждым годом растет. Заработная плата одного работника составляет 3,4 размера прожиточного минимума населения.

Исходя из изученных данных можно сделать выводы по динамике трудовых ресурсов в ХМАО-Югре и России:

1. За последнее время в возрастной структуре России и ХМАО-Югры произошли сильные изменения, произошло старение населения.
2. Уровень безработицы в стране небольшой, но уровень заработной платы остаётся на низком уровне.
3. В целом качество и количество трудовых ресурсов ХМАО – Югры способны изменить структуру региональной экономики и сохранить положительную динамику социально-экономического развития региона.

Список источников

1. Гимпельсон В. Е. и Шарунина А. В. Потоки на российском рынке труда: 2000– 2012 гг. // Экономический журнал Высшей школы экономики, Т. 19, № 3, с. 313–348.
2. Давидсон Н., Мариев О. и Пушкарёв А. (2018). Региональные факторы инновационной активности российских предприятий // Форсайт, Т. 12, № 3, с. 62–72
3. Труд и занятость в России. 2019: Стат.сб./ Росстат – М., 2019. – 135 с.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

ОЦЕНКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

НЕСТЕРОВА АЛЕКСАНДРА ЮРЬЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»
г. Брянск, Россия*Научный руководитель: Щеликова Наталья Юрьевна*

доцент

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Аннотация: в данной статье дается статистическая оценка развития малого предпринимательства в условиях пандемии в Брянской области. Выявляются проблемы функционирования малого предпринимательства в регионе. В работе рассматриваются принятые государством антикризисные меры.

Ключевые слова: кредитование малых предприятий, малое предпринимательство, налоговый режим, онлайн-образование, пандемия, цифровизация, экономика.

ASSESSMENT OF THE FUNCTIONING OF SMALL ENTERPRISES UNDER PANDEMIC CONDITIONS IN THE BRYANSK REGION

Nesterova Alexandra Yuryevna

Annotation: this article provides a statistical assessment of the development of small business in a pandemic in the Bryansk region. The problems of functioning of small business in the region are revealed. The paper considers the anti-crisis measures taken by the state.

Key words: lending to small businesses, small business, tax regime, online education, pandemic, digitalization, economy.

Пандемия в России серьезно ударила по малому бизнесу. Негативные последствия затронули порядка 4 млн компаний сектора малого предпринимательства от общего числа 6 млн. На пике пандемии не функционировало более 50 % организаций.

Перед нами стоит задача: выяснить, как отрицательно сказалась пандемия на малом предпринимательстве для того, чтобы вычислить рациональность действий государства по поддержке бизнеса.

Рассмотрим основные проблемы малого бизнеса на начальном этапе кризиса – затраты на заработную плату сотрудников, затраты на аренду помещений, затраты на налоги по имуществу.

По данным опросов, в 2020 году падение спроса коснулось около 80 % компаний, до настоящего момента спрос не восстановился у 50 % организаций.

«На малое предпринимательство в Брянской области приходится 38 % оборота всех предприятий и организаций. Оборот субъектов малого предпринимательства за последние шесть лет увеличился на 46 %. Однако в 2020 году малый бизнес настигли трудности» [4, с. 73].

«Даже с учетом региональных налоговых льгот и освобождения от уплаты всех налогов, кроме НДС, субъектов малого предпринимательства, пострадавших от пандемии отраслей, объем платежей по специальным налоговым режимам увеличился на 69 % и достиг в 2020 году 3 млрд рублей» [6, с. 48].

По статистике, на начало 2020 года в Едином реестре субъектов малого предпринимательства насчитывалось 39590 предприятий, то в конце года числилось 37430 предприятий. Сектор малого бизнеса сократился на 2 тыс предприятий, в том числе, с учетом тех, кто не подал сведения о доходах организации и покинули реестр.

Оборот малых предприятий (без микропредприятий) за 2020 год снизился на 3,1 трлн руб.

Доля малых предприятий, имеющих задолженность по кредитам, от общего числа малых предприятий выросла в 2020 году с 20 до 30 %.

На основе официальной статистики была составлена диаграмма (рисунок 1), в которой показано число малых предприятий, функционировавших до и после пандемии.

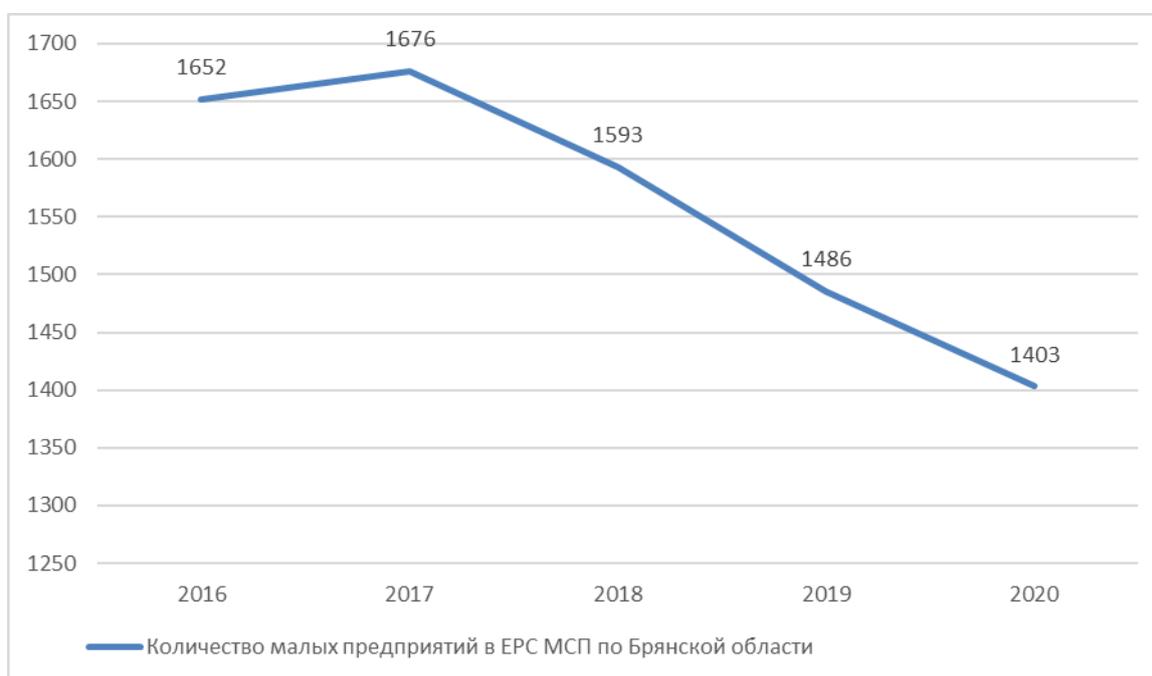


Рис. 1. Количество малых предприятий в Едином реестре субъектов малого предпринимательства по Брянской области за 2016-2020 гг.

Абсолютное отклонение по отношению 2020 года к 2016 году составило -249 единиц. Относительное отклонение за данный период составило -15,07 единиц. По статистическим данным за последние 5 лет количество малых предприятий уменьшилось. К данным предприятиям относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели.

Можно отметить, что в годы пандемии число малых предприятий значительно сократилось. Это говорит о том, что суровые условия пандемии не смогли пережить те организации, у которых не было финансовой подушки.

В первую очередь у предприятий возникли такие проблемы постоянных расходов, как заработная плата, арендная плата, налоговые платежи, расчеты с контрагентами.

При всем этом многие работодатели не сократили сотрудников, а уменьшили фонд заработной платы и оформили сотрудникам отпуск без сохранения заработной платы.

Предпринимателям пришлось принять меры и адаптироваться к новым условиям рынка. В такой обстановке перевода сотрудников на удаленный режим, предприниматели нашли инновационные пути развития. Следовательно, пандемия повлияла на немедленное развитие процесса цифровизации экономики. Также заметно выросло число онлайн-продаж, безналичных платежей. Это большой шаг к раз-

витию онлайн-образования, которое будет востребовано, потому что оно доступно, удобно в использовании, возможно непрерывное использование.

Следует подчеркнуть, что малое предпринимательство в сфере обслуживания начало развивать логистику и организовывать доставку.

Обрабатывающие производства также снизили свои показатели на 20 % по отношению 2020 года к 2019 году.

Сфера строительства потеряла 10 % сотрудников в 2020 году.

В оптовой и розничной торговле наблюдаются отрицательные показатели - 13 % в отношении 2020 года к предыдущему.

Одна из значительно пострадавших от пандемии сфер - это общественное питание. По данным статистики, численность сотрудников данной сферы сократилась на 24,5 %, - это более критично, чем у других сфер экономической деятельности.

Оптовая и розничная торговля, как одна из наиболее пострадавших, показала отрицательную тенденцию по отношению 2020 года к 2019 на 9 %. Несмотря на достаточно жесткие ограничения в работе - данная сфера довольно неплохо сдержала падение показателей оборота.

Деятельность предприятий общественного питания показала отрицательный результат в отношении 2020 года к 2019 и составила 45,9 %.

Сфера здравоохранения в целом показала положительный результат. Темп роста в отношении 2020 года к предыдущему составил почти 45 %. Данный вид деятельности считается довольно востребованным до и после кризисной ситуации.

Стоит подчеркнуть, что многие сферы экономической деятельности понесли неоспоримый ущерб с финансовой точки зрения. Такие сферы, как: сельское хозяйство, общественное питание, торговля и другие социальные услуги отметились резким сокращением основных показателей деятельности. В свою очередь, здравоохранение, деятельность в сфере информации и связи, сфера строительства показали положительную динамику за последние 5 лет.

Огромное внимание уделено развитию малого предпринимательства, социальному предпринимательству, высокотехнологичным отраслям.

Отметим, что функционирование и развитие малого бизнеса в Брянской области сталкивается с рядом проблем, к числу которых можно отнести:

- недостаток финансирования;
- недоступность займов и субсидий из средств государственной и муниципальной поддержки;
- отсутствие финансовой поддержки со стороны банковского сектора;
- несовершенство нормативно-правовой базы;
- различные административные барьеры;
- банкротство;
- несовершенство информационного обеспечения;
- высокие уровни рисков предпринимательской деятельности.

Согласно официальной статистике, составлен рейтинг регионов по занятости населения малым предпринимательством, в котором Брянская область занимает 52 место.

Для развития малым бизнесом, без сокращения предприятий данной отрасли, государством были разработаны дополнительные меры поддержки предпринимателей всех регионов, также и Брянской области.

Главной из предпринятых мер стало обеспечение доступа организаций к банковскому кредитованию, с целью избежание риска неплатежеспособности, способного привести к ликвидации.

Также сняты все отраслевые ограничения по кредитованию малых предприятий.

В 2020 году по сравнению с 2019 годом объем кредитов увеличился почти на 21 %, так как государством были предоставлены поблажки и налоговые каникулы. Однако в этом же году произошло сокращение кредитов на 23 %, что было обусловлено ограничительными мерами в связи с пандемией.

Дополнительно правительство ввело временные отсрочки арендных платежей, находящихся объектов недвижимости в госсобственности. Меры государственной поддержки помогли многим пред-

приятиям не ликвидироваться и продолжить свою деятельность, после данного кризисного периода.

Таким образом, без увеличения доли малого бизнеса во всех сферах деятельности невозможно эффективное развитие современной экономики, так как обеспечивая необходимый уровень конкуренции на рынке, он способствует формированию оптимальной цены на товары и услуги, а также более устойчивому экономическому положению страны.

Список источников

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 01.04.2020 г.)
2. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник. — 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 228 с. - ISBN 978-5-394-03169-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091533> (дата обращения: 28.12.2021). – Режим доступа: по подписке.
3. Бедовская Ю.И. Анализ состояния предпринимательства в Российской Федерации и принятие государственных решений, направленных на поддержку малого и среднего бизнеса / Ю. И. Бедовская, В. А. Симоненко // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 5-2. – С. 14–16; [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru>.
4. Демцура, С.С. Малое предпринимательство: роль и проблемы развития / Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2019. № 9. С. 223-225.
5. Кевеш, А.Л. Малое и среднее предпринимательство в России. 2018: Стат.сб./ М 19 Росстат. — М., 2018. – 96 с.
6. Лапуста, М. Г. Малое предпринимательство: учебник / М. Г. Лапуста. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 685 с. (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003352-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/306096> (дата обращения: 28.12.2021).

УДК 339.972

НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД КОРОНАКРИЗИСА

ТЁМНЫХ ДАРЬЯ ВИКТОРОВНА,
ШУГУРОВА КРИСТИНА СЕРГЕЕВНА,
СКОЧКО ДАРЬЯ ИГОРЕВНА

Студенты

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации»
г. Москва, Россия

Научный руководитель: Угрюмова Мария Викторовна

к.и.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации»
г. Москва, Россия

Аннотация: В данной статье авторы предприняли попытку анализировать работу государственного сектора в период пандемии коронавируса, Азиатского и Гонконгского гриппов, меры налогового стимулирования и поддержки МСП в странах мира и Российской Федерации.

Ключевые слова: пандемия, кризис, малый и средний бизнес, субсидии, поддержка.

TAX INCENTIVES AND SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES DURING THE CORONACRISIS IN THE COUNTRIES OF THE WORLD AND THE RUSSIAN FEDERATION

Temnykh Daria Viktorovna,
Shugurova Kristina Sergeevna,
Skochko Daria Igorevna

Scientific adviser: Ugryumova Maria Viktorovna

Abstract: In this article, the authors attempted to analyze the work of the public sector during the coronavirus crisis, Asian and Hong Kong flu, tax incentives and support for SMEs in the countries of the world and the Russian Federation.

Key words: pandemic, crisis, small and medium business.

В 2020 г. мир столкнулся с пандемией коронавируса, вызвавшей мировой экономический кризис, это событие является самым беспрецедентным за последнее время. В огромной степени влияние кризиса ощутил малый бизнес, как представитель сектора малых и средних предприятий, ведь он является наиболее уязвимым к такого рода катаклизмам, поскольку, ввиду практически полного отсутствия экономических резервов, способных покрыть издержки на содержание простаивающих предприятий,

лица, представляющие малый бизнес, чаще всего становятся банкротами. Все бизнесы, которые не успели перейти на онлайн-формат предоставления товаров, оказались под риском банкротства. По данным Федеральной налоговой службы за 1-е полугодие 2020 г. в России на 18,2 тыс. уменьшилось число индивидуальных предпринимателей и на 107,8 тыс. – число коммерческих организаций [3]. Непростые отношения сформировались у малого и среднего бизнеса с вузами, от которых принимали студентов для прохождения практик и практических подготовок в условиях пандемии, вызванной COVID-19 [5].

Коронавирус не является первой пандемией новейшего времени. Мир пережил две эпидемии гриппа: в конце 1950-х годов «азиатский грипп» и через десять лет, в конце 1960-х, — «гонконгский». Во время азиатского гриппа регионе Тулузы заболели 15% железнодорожников, поэтому поезда были отменены. Известно также о том, что касса медицинского страхования в связи с ростом числа больничных была перегружена настолько, что ей пришлось буквально закрыть двери на все время рождественских каникул. Во время обеих эпидемий прошлого века промышленное производство снизилось, однако не было полной остановки производства, как сегодня. По меньшей мере 20% рабочих и служащих продолжали работать. Азиатский грипп повлек за собой множество смертей. По разным подсчетам, погибло от 1 млн до 2 млн человек, большая часть жертв пришлась на Азию — КНР, Гонконг и Сингапур. Помимо Азии вирус распространился в США, Канаду и Великобританию, куда болезнь завезли военные и торговые корабли. В США от эпидемии азиатского гриппа в 1957–1958 годах погибло, по разным оценкам, от 70 тыс. до 100 тыс. человек. На фоне распространения болезни в США некоторые предприятия закрывались, что привело к сокращению рынка труда США в районе 3–8%. Непосредственно экономические последствия также оказались краткосрочными, хотя и заметными: промышленное производство США из-за эпидемии азиатского гриппа сократилось на 1%, а Канады — на 1,2%. Также в США был отмечен рост уровня безработицы: если в августе 1957 года он находился в районе 4,1%, то в апреле 1958 года — уже 7,4%.

Через десять лет новый штамм вируса азиатского гриппа — H3N2 — привел к эпидемии так называемого гонконгского гриппа. В 1968–1969 гг. от него также погибло от 1 млн до 4 млн человек по всему миру, преимущественно в Азии. Главный ущерб за пределами Азии гонконгский грипп нанес снова США. Экономисты Всемирного банка, моделируя последствия гонконгского гриппа на нынешние условия, отмечают, что он может привести к сокращению глобального ВВП на 0,7% за год с восстановлением в последующие один-два года.

Особенно заметны экономические потери во втором квартале 2020 г., когда правительства стран были вынуждены ввести локдаун вплоть до практически полного запрета гражданам покидать дома. Потери малого бизнеса, напрямую зависящего от потока клиентов через заведения, очевидны. В условиях данного кризиса невозможно переоценить роль государства в вопросах поддержания экономического климата.

В условиях пандемии правительства большинства стран стали реализовывать меры по снижению негативных эффектов от временного прекращения предпринимательской деятельности и кризиса. За рубежом были внедрены пакеты антикризисных мер, включавших финансовую поддержку, налоговые и имущественные послабления, мораторий на проведение выездных контрольно-надзорных мероприятий. Также активно использовались послабления по налогам в качестве меры поддержки бизнеса: вводились отсрочки по уплате налога на прибыль предприятий. Широкий охват получили специальные программы кредитования для представителей малого и среднего бизнеса, пострадавших от кризиса. В США, начиная с апреля 2020 года, компании со штатом до 500 человек включительно могли получить кредит на сумму до \$10 млн под 1% с целью оплаты труда сотрудников, аренды или коммунальных услуг [3]. Активно использовалась передача долгов кредиторов от банков федеральной резервной системе, что снижало риски для первых, освобождая от необходимости требовать личное поручительство компаний, которые в любой момент могут оказаться банкротами, и позволяло активнее использовать капитал для кредитования нуждающихся предприятий. Большинство стран ввело систему грантов и субсидий на поддержание бизнеса. Мировой опыт показывает, что даже в условиях неопределённости для самого себя государство должно защищать то, что на большую часть составляет его экономику.

Таким образом, основными способами поддержки малого и среднего бизнеса в мире стали налоговые послабления в виде отсрочек по платежам, субсидии на постоянные издержки предприятий, полностью или частично потерявших способность функционировать в условиях пандемии, отсрочки по страховым и пенсионным взносам, а также специальные условия кредитования предприятий с целью покрытия существующих издержек. Это позволило сократить возможные потери, вызванные кризисом из-за пандемии COVID-19, поддержать экономический климат и условия для развития малого и среднего бизнеса.

Набор внедренных в России антикризисных мер содержательно соответствует международному опыту. Выделяемые МСП субсидии и кредиты по поддержке занятости в России финансировались исходя из предоставления МРОТ на одного работника в месяц. В целом в России субсидиями на заработную плату было охвачено около 3,8 млн человек, или 5,0% рабочей силы [2].

В целом предложенный в России антикризисный пакет включал меры по нескольким направлениям: снижение административной нагрузки, меры налогового стимулирования, финансовые меры поддержки, государственные закупки, меры имущественной поддержки: субсидии на заработную плату МСП и ИП, предоставление отсрочки по уплате налогов, отсрочка на 6 месяцев по страховым взносам, списание кредита для организаций наиболее пострадавших отраслей при условии сохранения занятости, расширение программы льготного кредитования под 8,5%, страховые взносы на сумму зарплаты, превышающую МРОТ, снижены вдвое (с 30 до 15%), срок уплаты ранее начисленных административных штрафов увеличен с 60 до 180 дней, перенос платежей за аренду объектов государственного или муниципального имущества с 2020 г. на 2021 год [4]. К середине апреля было объявлено о первых мерах прямой финансовой поддержки. Из резервного фонда правительства Федеральному казначейству было выделено 81,1 млрд руб. на предоставление в 2020 г. субсидий малому и среднему бизнесу из отраслей, пострадавших от коронавируса. Размер субсидий составил 12 130 руб. на одного работника. Однако воспользоваться этой мерой поддержки смогли бы только 28,4% предпринимателей от общего числа малых и средних предприятий. Для большего охвата компаний необходимо было бы смягчить критерии получения субсидий: под меры господдержки подпадало менее 50 видов экономической деятельности, но предприятия, работающие по 99 видам экономической деятельности, потеряли более 30% выручки [3].

На отчётный период, относящийся ко 2 кварталу 2020 г. освобождены от уплаты налогов индивидуальные предприниматели и юридические лица, включенные в реестр МСП, как представители наиболее пострадавших отраслей, относящиеся к числу коммерческих, представляющих малый и средний бизнес.

В 2020 году свою деятельность прекратило 1,54 млн юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и фермерских хозяйств. Это стало рекордом за последние шесть лет, следует из статистики ФНС. Однако число ликвидированных юридических лиц показало позитивный тренд: их оказалось на 17% меньше, чем в прошлом году. Главным образом на статистику повлиял отток ИП [1].

Таким образом меры поддержки МСП в Российской Федерации малы, по сравнению с зарубежными государствами. Этот факт может быть оправдан меньшей долей малого и среднего предпринимательства в стране, относительно других участников подсчёта. Однозначную оценку действиям государства дать невозможно, поскольку существует множество аргументов на стороне каждой позиции. Однако приведённая статистика ликвидации экономических субъектов и опрос предпринимателей показывают не самую высокую степень влияния на последствия кризиса.

Список источников

1. Тихонова М.А. Развитие моделей антикризисного управления малым бизнесом в условиях последствий пандемии, г. Москва, 2020.
2. Бухвальд Е.М. Переживет ли малый бизнес России шок 2020 года? // Экономика, предпринимательство и право, 2020.
3. Общество и пандемия: опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России // Под ред.: В. Мау, Г. Идрисов, Я. Кузьминов, А. Радыгин, В. Садовничий, С. Синельников-Мурылев. М.

4. Зотиков Н.З. Роль налогообложения в развитии малого бизнеса в Российской Федерации // Вестник Евразийской науки, 2020.

5. Угрюмова М.В. Проблемы документирования практик студентов государственных вузов в условиях пандемии // В сборнике: Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами. Сборник статей V Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 227-230.

УДК 338.1

БИЗНЕС-АНГЕЛЫ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В МАЛЫЙ БИЗНЕС

КОПАЙГОРА МАРИНА АНДРЕЕВНА

Студент 4 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия

Научный руководитель: Тимошенко Н. В.

доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия

Аннотация. В современном мире инвестирование является фундаментальным процессом, который влияет на становление экономики стран с разным уровнем развития. Инвестирование и поддержка деятельности предприятий предполагает основу успешного процесса стабилизации экономического состояния, а также способствует формированию тенденций к проведению диверсификации и модернизации экономики, что отмечает актуальность данной темы.

Ключевые слова: Бизнес-ангелы, инвестиции, малый бизнес, оценка, перспективы, развитие, последствия.

BUSINESS ANGELS: ATTRACTING INVESTMENT IN SMALL BUSINESSES

Kopaygora Marina Andreevna*Scientific adviser: Tymoshenko N.V.*

Annotation. In the modern world, investment is a fundamental process that affects the formation of the economy of countries with different levels of development. Investment and support for the activities of enterprises, assumes the basis for a successful process of stabilizing the economic state, and also contributes to the formation of trends towards the diversification and modernization of the economy, which marks the relevance of this topic.

Key words: Business angels, investments, small business, assessment, prospects, development, consequences.

Инновационный путь развития, утверждённый президентом Российской Федерации (РФ), устанавливает необходимость организации поиска новых способов и подходов для реализации научно-технического потенциала всех регионов страны. Для осуществления такого перехода наиболее актуальным является вопрос способности привлечь инвестиции в высокотехнологичный сектор экономики [3, с.119]. В настоящее время внешние условия и факторы обуславливают возрастающую роль непривычных для российской экономики ресурсов инвестирования, в частности, венчурного финансирования.

Таким образом, одной из основных задач управления экономикой в данном аспекте является обеспечение поддержки «стартапов», представителей малого и среднего бизнеса, ведущих деятельность в сфере разработки и внедрения новых цифровых технологий. При этом отдельное внимание

следует уделить адаптации представителей данной отрасли новым бизнес-моделям, формам финансовой и имущественной поддержки, и внедрению венчурного инвестирования, т.к. в настоящее время деятельность бизнес-ангелов носит неоднородный характер и достаточно малую степень распространения [2, с. 146].

Для того, чтобы оценить масштабы деятельности бизнес-ангелов и определить силу влияния венчурного инвестирования на национальную экономику России, необходимо провести анализ данных статистики за 2018-2020 гг. Сектор ангельских вкладов инвестиционного рынка крайне неоднороден, в силу новизны такого рода инвестиций. Тем не менее, тенденция последних лет показывает, что доля инвестиций бизнес-ангелов устойчиво растет (рисунок 1).

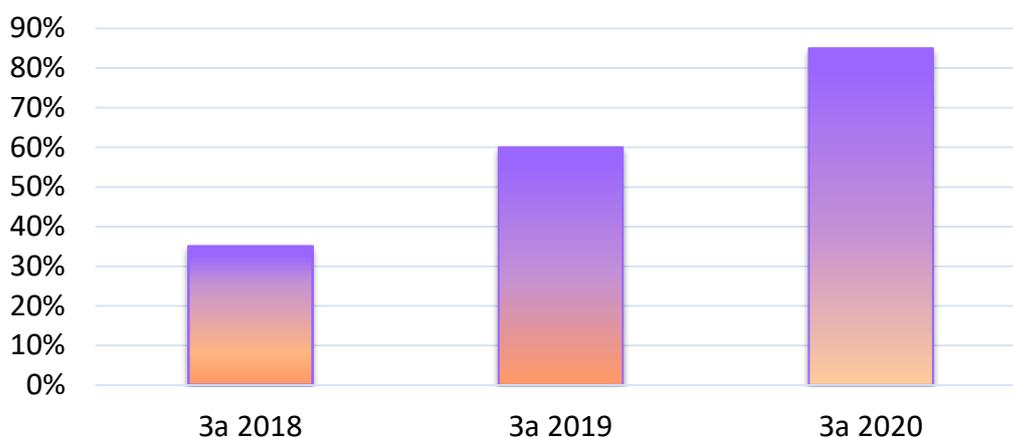


Рис. 1. Доля инвестирования бизнес-ангелами в НИОКР в 2018-2020 гг., %

На рисунке 1 представлен график, отражающий статистические данные, полученные в ходе исследования, проведенного Национальной ассоциацией бизнес-ангелов (НАБА) Russian Angel Monitor при поддержке Российской венчурной компании (РВК) и портала Firma. В ходе исследования были проанализированы сделки исключительно российских бизнес-ангелов в источниках открытого доступа. Согласно данным отчета по проведенному исследованию в 2019 г. доля инвестиций в НИОКР, осуществляемых бизнес-ангелами возросла по сравнению с предыдущим 2018 г. на 25% и составила 60% в совокупной сумме инвестиций. В 2020 году инвестирование бизнес-ангелами в НИОКР приобрело еще более активный характер, и доля их финансовых вложений составила 85%. Проведенный анализ показывает устойчивую тенденцию развития такой финансовой деятельности. Это стало возможным за счет расширения спектра инвестиционных нововведений, а также внедрения в инвестиционную деятельность высокотехнологичных разработок. Немаловажную роль сыграла и непосредственная поддержка Правительства РФ в форме создания законодательной базы.

В настоящее время соотношение привлеченных инвестиций представляется в следующей пропорции: 22% - иностранные инвестиции, 78% - российские инвестиции. На рисунке 2 представлены результаты анализа распределения инвестиций бизнес-ангелов в различные отрасли экономики.

Согласно данным представленного графика видно, что инвестиционный капитал в большей степени привлекается в разработки в сфере высоких технологий. Второй по значимости выступает финансовая отрасль. Далее, с меньшим объемом инвестиций идут сферы малого бизнеса, образования, медицины и программного обеспечения, навигации. Наиболее низкой заинтересованностью у инвесторов пользуются направления области туризма, компьютерных игр и безопасности. По недавней оценке, президента НАБА, инвестиционная деятельность в России осуществляется ежегодно в среднем на сумму около 18,3 млрд. рублей, но при этом сохраняется значительное отставание от других стран (в 70 раз от США и более чем в 10 от стран Европы).

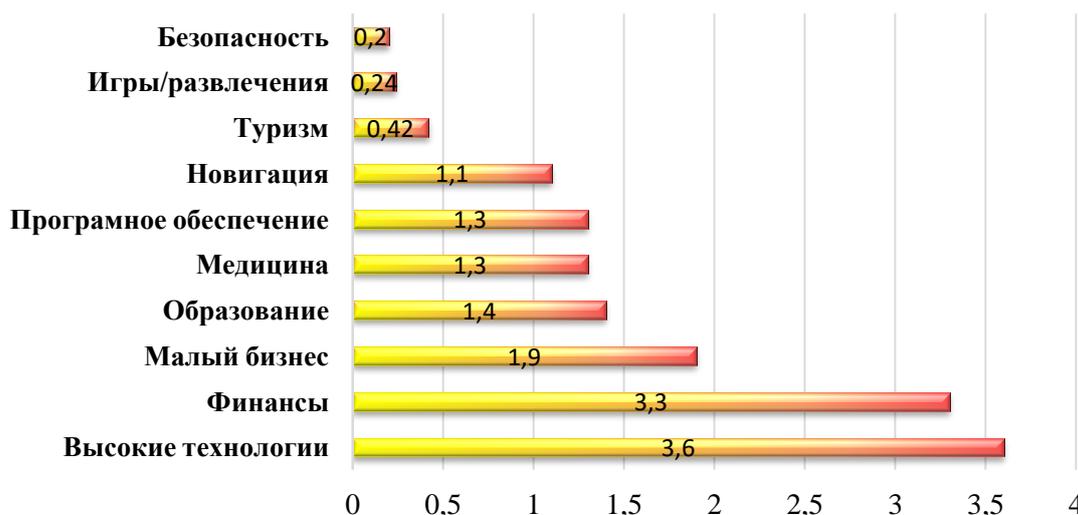


Рис. 2. Инвестиции бизнес-ангелов по отраслям экономики в 2020 г. в России, млрд. рублей

Отдельного внимания заслуживает и сопоставление сфер, в которые осуществляется венчурное инвестирование. Так, в США наиболее преобладающей сферой для инвестирования выступает направление биотехнологических разработок. У отечественных венчурных инвесторов заинтересованность в проектах такого рода пока отсутствует. Объясняется это тем, что такие проекты являются достаточно дорогостоящими, а на фоне более низкой степени развитости рынка венчурных инвестиций в России и его непродолжительной истории, приоритетными для инвесторов становятся более прибыльные и быстро окупаемые проекты [1].

Одной из наиболее важных предпосылок развития инвестиционной деятельности является поддержка со стороны государства, которое должно быть направлено на улучшение инвестиционного климата, что обеспечит возможность стабильного финансового прогнозирования и будет способствовать развитию финансового рынка. В совокупности данные изменения благоприятно скажутся на инвестиционной привлекательности российских проектов и позволят увеличить поток привлекаемого инвестиционного капитала, в том числе и в «стартапы», и в сферу малого бизнеса [4, с 68]. Развитие малого бизнеса способно ускорить восстановление экономики России, при условии дальнейшей поддержки со стороны государства.

Привлечение инвестиций для малого бизнеса является одной из ключевых задач, позволяющих обеспечить дальнейшее развитие и расширение. В этой связи большое значение имеет возможность взаимодействия с бизнес-ангелами, результатом которого будет являться решение об инвестировании перспективных проектов, нуждающихся в финансовой поддержке. Особенно актуальным это является в нынешних условиях нестабильной экономической ситуации, вызванной действием антироссийских санкций и усугубленной вводимыми ограничениями в рамках противодействия пандемии коронавируса.

Список источников

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в редакции от 27.12.2018).
2. Указ Президента Российской Федерации от 09.05. 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы».
3. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
4. Экономический анализ: учебное пособие / Васильева Л. Ф., Тимошенко Н.В. - Краснодар, 2016. - 122 с.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 339.137.22

МОДЕЛЬ ОЛИГОПОЛИИ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО РЫНКА

КРУТОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНАстудентка факультета экономики и управления
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»

Аннотация: В статье проведен анализ основных типов рыночных структур, в особенности модели олигополии как одной из важных структур современной рыночной экономики. Рассмотрены особенности функционирования компаний сырьевой отрасли, химической промышленности, мобильных операторов связи на олигополистическом рынке. Приведены основные стратегии поведения фирм-олигополистов и их взаимодействие на примере российских компаний.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, олигополия, стратегии поведения, сговор.

THE MODEL OF OLIGOPOLY IN THE CONDITIONS OF THE RUSSIAN MARKET

Krutova Olga Vladimirovna

Abstract: The article analyses the main types of market structures, especially the oligopoly model as one of the important structures of a modern market economy. The article considers the specific features of companies operating in the raw materials industry, chemical industry and mobile operators in an oligopolistic market. The main strategies of behavior of oligopolistic firms and their interaction are presented on the example of Russian companies.

Key words: market, competition, oligopoly, behavioral strategies, collusion.

В ходе истории экономика России претерпела коренные изменения. От плановой экономики СССР, характеризующейся жестким контролем всех сфер производства и фиксированным уровнем цен. В условиях запрета предпринимательства в стране сложился теневой сектор экономики. Производство товаров широкого потребления находилось в убытке, в то время как спонсировались в основном предприятия военной промышленности. Из-за отсутствия конкуренции и государственной монополии на производство качество производимых товаров снизилось. Все это способствовало принятию решения о переходе на рыночную модель экономики. Дефицит товаров широкого потребления был устранен, появился спрос на товары. Уже в этот момент стали появляться крупнейшие корпорации, контролирующие добывающую отрасль и тяжелую промышленность. Сложившуюся ситуацию можно назвать зарождением в современной России олигополии. Современная экономика представляет собой смешанную систему, сочетающую в себе черты рыночной экономики с элементами государственного контроля.

Основу рыночной экономики составляет свободная конкуренция между предпринимателями. Согласно создателю экономической теории Адаму Смиту совершенная конкуренция считается идеальной ситуацией на рынке. Он полагал, что наилучшее распределение и использование ресурсов обеспечивается «невидимой рукой рынка» [1, с.29]. То есть рынок способен к саморегулированию, он устанавливает равновесие между спросом и равновесную цену на товары и услуги. Никаких барьеров на входе и выходе в этой системе не существует, а производители не могут влиять на конкурентов, все участники имеют полный и равный доступ к информации на конкретном рынке. Однако совершенная конкуренция представляет собой идеальную и трудноосуществимую модель. Многие экономисты полагают, что

она может существовать лишь в теории.

В дальнейшем учеными-экономистами было доказано, что не всегда совершенная конкуренция является наиболее эффективной рыночной структурой [2]. При очевидных ее достоинствах, она имеет и некоторые негативные аспекты, что способствует монополизации рынка.

Критерием эффективности фирм совершенных конкурентов является равенство цен и предельных издержек компании. Поэтому предприятие не обладает достаточным объемом капитала, чтобы осваивать новые технологии, что может стать критичным для наукоемких отраслей промышленности. Экономия от масштаба также недоступна в ситуации чистой конкуренции. Противоположной чистой конкуренции является монополия, которая также имеет серьезные недостатки, такие как недостаточный уровень производства, неэффективное использование ресурсов, необоснованно высокие цены, зависящие только от самой компании. Поэтому рассмотрим более подробно олигополию, сочетающую в себе достоинства монополии и конкуренции.

Олигополией называется такая рыночная структура, в которой существует несколько крупных фирм, которые контролируют основную часть рынка и влияют на ценообразование в отрасли. Продукция в данной ситуации может быть как однообразной, так и различной. Главной причиной существования олигополий является необходимость большой доли совокупного рынка для эффективных производственных мощностей. При олигополии вход в отрасль затруднен и ограничен высокими барьерами, поскольку для организации крупного производства необходимы значительные инвестиции [3, с. 243].

Отношения между фирмами в условиях олигополии можно характеризовать как взаимозависимость. То есть каждая из фирм вынуждена проводить свою политику, учитывая ответную реакцию конкурентов на их действия. Если в отраслевой структуре представлено небольшое количество производителей (до восьми), то существует возможность сговоров и согласованного поведения конкурентов на рынке.

Стратегии поведения олигополий можно разделить на две группы: кооперативная стратегия, предполагающая согласованность действий конкурирующих фирм и некооперативная стратегия.

Для Российской Федерации большое значение имеет данная рыночная структура, так как в условиях олигополии существуют такие ключевые отрасли промышленности как черная и цветная металлургия, химическая и нефтяная промышленность, машиностроение.

Рассмотрим российский автомобильный рынок. Большинство легковой продукции производится пятью предприятиями: ВАЗ, АЗЛК, ГАЗ, УАЗ, Ижмаш. Эти фирмы образуют дифференцированную монополию, потому что выпускают продукты многообразного ассортимента. Российские автозаводы составляют между собой незначительную конкуренцию, так как создают узкоспециализированную продукцию. В этом и заключается отличие поведения фирм российского автомобильного рынка, от рынков других государств, где заводы конкурируют друг с другом в отдельных категориях машин. Но в то же время, сила олигополии российских предприятий уменьшается под действием импорта аналогичных иностранных автомобилей, и они также вынуждены реагировать на изменение цен и качества импортных товаров.

Олигополия также наблюдается на рынке нефти. Примерно третью часть всей экономики страны составляет добыча и экспорт нефти и газа. То есть можно считать, что Россия зависима от нефти. Валовый внутренний продукт государства практически полностью определяется ценами на это полезное ископаемое. Российская Федерация, наравне с Саудовской Аравией, является ключевым производителем нефти и входит в ОПЕК+ [4, с. 147]. В 2020 году страна разорвала сделку с организацией, что привело к снижению стоимости эталона и ценовой войне с Саудовской Аравией. Кооперативным можно назвать поведение стран-участников ОПЕК, которые образуют картель – сговор относительно цен и объемов производства с целью максимизации прибыли и устранения конкурентов. Россия, как один из мировых олигополистов, отказалась продлевать сделку ОПЕК+. Данное событие является примером некооперативного поведения, в результате которого началась ценовая война с ведущим участником ОПЕК – Саудовской Аравией. Саудовская Аравия снижала цену на свои сорта нефти, конкурирующие с российским сортом. Это повлияло на ситуацию на мировом рынке и определило резкое падение цен на нефть, предлагаемую Россией. Падение цены на нефть приводит к уменьшению российского бюджета.

Как следствие инвестирование в национальные проекты для создания и развития предприятий преращается в пользу устранения дефицита бюджета для выполнения обязательств перед гражданами и поддержания социальной сферы. Отдельные компании также зависимы от стоимости сырья, поэтому отрицательное ее изменение приводит к финансовым потерям. Цена нефти определяет вектор развития бизнеса, как следствие, ее резкое снижение приводит к торможению экономики, ставит под угрозу планы по росту ВВП. Экономика России может столкнуться с оттоком капитала и снижением спроса и экспорта сырья. Данный пример иллюстрирует взаимозависимость фирм-конкурентов в ситуации олигополии.

Рынок мобильной связи – яркий пример олигополистического рынка с ординарной продукцией. 90% рынка контролируется «большой четверкой», предоставляющей единообразные, идентичные услуги сотовой связи и мобильного Интернета. В состав «большой четверки» входят: МТС – безусловный лидер российского рынка, Мегафон, Билайн и Теле2 – новый участник рынка, конкурент «большой тройки». Максимизирующим прибыль является такой вариант развития отношений, при котором фирмы ступают в соглашение о совместной деятельности. Однако описанная ситуация невозможна, так как операторы вынуждены действовать в условиях антимонопольного законодательства. Поэтому при внедрении одним мобильным оператором более выгодного пакета услуг с широкой возможностью выбора абонентом интересующих опций, другие фирмы вынуждены реагировать на изменившийся спрос и также понижать цену и расширять ассортимент для сохранения клиентской базы. Однако операторов сотовой связи часто подозревают в тайном сговоре. Так в 2019 году сотрудники Федеральной антимонопольной службы провели расследование, в ходе которого было установлено, что операторы сотовой связи МТС, Билайн и Теле2 не соблюдают закон «О защите конкуренции», так как создают условия, дискриминирующие другие компании. Упомянутые организации заключали договоры с государственными компаниями, предлагая оплачивать услуги по тарифам более чем в 10 раз меньшим. В частности, некоторые банки предоставляли информационные, сервисные и транзакционные рассылки СМС-сообщений. Операторов признали виновными в определении монополично завышенных цен на услуги, связанные с СМС-сообщениями [5]. Можно предположить, что мобильные компании предпринимают подобные действия для того, чтобы не пустить на рынок новых игроков и избавиться от небольших уже существующих.

Таким образом, в зависимости от складывающейся на рынке ситуации, действующие на олигополистическом рынке фирмы могут избрать различные стратегии реагирования. Цены в условиях олигополии имеют тенденцию быть устойчивыми, а в случае изменения цены одним производителем, другие производители также вынуждены изменять цены для сохранения своего влияния. Неизменно одно, фирмы в условиях олигополии взаимозависимы и не могут действовать без учета возможных ответных действий со стороны соперников.

Список источников

1. Якушкин Е.А., Якушкина Т.В. Основы экономики: учебное пособие. – 3-е изд. – Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 248 с.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. - М.: Юристъ, 2011. - 568 с.
3. Балашов А.И., Имамов Т.Д., Купрещенко Н.П., Тертышный С.А. Экономическая теория: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под редакцией Н.Д. Эриашвили. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 527 с.
4. Бессчетнова С.С. Конкуренция и монополия в рыночной экономике // Аллея науки. – 2017. – № 16. – С. 242-246.
5. ФАС сообщила о «сговоре» операторов сотовой связи в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pronedra.ru/fas-soobshhila-o-sgovore-operatorov-sotovoj-svyazi-v-2019-godu-383258.html> (13.01.2022).

УДК 339.137.2

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ШЕРКУНОВ АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: В данной статье раскрывается сущность конкурентной борьбы и конкурентоспособности, рассматриваются её типы, обосновывается важность конкуренции на рынке, а также способы её повышения. Данная работа поможет сформировать начальное представление о конкуренции и её методах через их подробное описание.

Ключевые слова: Конкуренция, монополия, олигополия, методы влияния, способы повышения конкурентоспособности.

COMPETITIVENESS: ESSENCE, MEANING, WAYS TO INCREASE COMPETITIVENESS**Sherkunov Alexander Vladimirovich**

Abstract: This article reveals the essence of competition and competitiveness, examines its types, substantiates the importance of competition in the market, as well as ways to improve it. This work will help to form an initial understanding of competition and its methods through their detailed description.

Key words: Competition, monopoly, oligopoly, methods of influence, ways to increase competitiveness.

Конкурентная борьба является основой для функционирования ценового механизма на рынке, является стимулом к действиям, как покупателей, так и продавцов. Конкуренция — экономическое соперничество, состязательность участников рынка с целью получения максимальной прибыли.

В широком смысле слова понятие «конкуренция» употребляется в экономической науке как элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие субъектов рыночного хозяйства в процессе производства, купли и продажи товаров, а также в сфере приложения капитала. В более узком смысле понятие «конкуренция» употребляется как соперничество внутри отрасли, как соперничество отдельных фирм разных отраслей или отдельных производителей за более выгодные условия хозяйствования.

В связи с этим различают следующие виды конкуренции: совершенную и несовершенную, имеющую несколько типов.

Совершенная конкуренция, или неограниченная, обладает следующими признаками:

- большое количество покупателей и продавцов на рынке;
- множество схожих по характеристикам товаров;
- свобода выбора покупателем продавца;
- отсутствие возможности влиять на цены в одностороннем порядке (ценообразование происходит под влиянием рыночных механизмов);
- потребители и продавцы обладают полной информацией о рынке;
- свобода «входа» и «выхода» с рынка.

Несовершенная конкуренция подразделяется на монополию, олигополию и монополистическую конкуренцию.

Монополия с греческого переводится как моно – один, полео – продаю. При данном типе конкуренции на рынке находится только один производитель, он же является продавцом и не дает возможности новым игрокам войти на рынок, устанавливая высокие входные барьеры. Товар, который производит фирма-монополист, является уникальным и не имеет аналогов, за счет чего фирма может произвольно устанавливать цены на свою продукцию.

Олигополия имеет схожие с монополией черты. В данном случае в рынке находится ограниченное количество продавцов, при этом их продукция может быть как однородной, так и дифференцируемой. Порог входа ниже, чем при монополии, однако всё ещё высок. Стоит отметить, что возможны ситуации сговоров между фирмами-олигополистами в целях поддержания цен. Данная сфера регулируется антимонопольным законодательством.

Монополистическая конкуренция является промежуточной стадией между совершенной конкуренцией и монополистической. Данный тип наиболее распространен на реальных рынках. Её анализ усложняется тем, что каждый отдельный участник экономических отношений ведет себя по-разному и принимает решения, соответствующие собственной стратегии и интересам. При монополистической конкуренции на рынке находится большое количество продавцов с разным товаром, однако они имеют возможность контролировать цены в небольшом диапазоне, ориентируясь на тенденции рынка и поведение конкурентов. На принятие потребителем решения о покупке на первое место выходят качество продукции, статус бренда, реклама.

Диапазон методов влияния на рынок, который может быть использован конкурирующими фирмами, достаточно широк. Эти методы можно разделить на ценовые и неценовые. К ценовым относятся: применение монополично высоких или монополично низких цен в целях вытеснения конкурента и завоевания рынка сбыта; использование ценовой дискриминации, особенно при оказании услуг.

Основными же методами конкуренции в современных успехах являются неценовые, то есть конкуренция осуществляется посредством повышения технического уровня изделий, качества товаров, улучшения ассортимента при сохранении примерно одной и той же цены.

Тема повышения конкурентоспособности является сложной темой, переоценить актуальность которой невозможно. Во все времена и на всех этапах развития экономики этим вопросом задавались тысячи людей по всему земному шару.

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходим системный подход. Он предполагает рассмотрение всех элементов системного управления, которые будут обеспечивать разработку и реализацию конкурентоспособной стратегии. Ключевые ценности для клиентов, которые необходимо четко идентифицировать и подстроить ресурсы под создания этих ценностей; бизнес-процессы, которые создают ценности, а также определить их изъяны, мешающие в создании ценности; ресурсное обеспечение с точки зрения квалификации персонала, как основы развития бизнеса. Для повышения конкурентоспособности организации необходимо прежде всего определить критерии, по которым она будет измеряться. В зависимости сферы деятельности, конъюнктуры рынка, других игроков на рынке эти критерии будут значительно различаться. На первом этапе необходим качественный и количественный анализ рынка, позволяющий сформировать целостное представление о поле деятельности и его участниках. Это позволит отбросить малозначимые вещи и сфокусировать внимание на наиболее эффективных направлениях и, самое важное, даст информацию для обоснованного выбора стратегии развития фирмы: будь то стремление к максимальному снижению издержек производства, дифференциации продукта компании, фокусирование на узкой нише рынка и многое другое.

Некоторые предприниматели считают основной причиной, по которой бизнес отстает (или является неконкурентоспособным), агрессивность внешней среды. Однако в то же время на рынке присутствуют и лидеры, и аутсайдеры, которые находятся точно тех же самых условиях. Вопрос заключается в том, как этот лидер сумел захватить лидирующие позиции на рынке. Ответ достаточно прост на первый взгляд – он обладает такими конкурентными факторами, которые остальные не имеют.

Список источников

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – Москва: Центр экономики и маркетинга, 2014. – 388 с.
2. Асаул, А. Н. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А. Н. Асаул, Х. С. Абаев, Д. А. Гордеев; под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – Санкт-Петербург.: АНО «ИПЭВ», 2016. – 271 с.
3. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. – Москва: Юрайт, 2021. – 242 с.
4. Иванова, Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия / Е. А. Иванова. – Москва.: Феникс, 2016. – 304 с.
5. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.

© Шеркунов А.В., 2022

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 336

ТОКЕНИЗАЦИЯ АКТИВОВ КАК ПЕРВЫЙ ЭТАП СОЗДАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНДАМЕНТА МЕТАВСЕЛЕННОЙ

САЙФУЛЛИН ТИМУР АЙРАТОВИЧ

Студент

ФГБОУ ВО «Государственный Университет Управления»

*Научный руководитель: Окольнишникова Ирина Юрьевна**д.э.н., профессор**ФГБОУ ВО «Государственный Университет Управления»*

Аннотация: в статье освещены подходы к пониманию метавселенной, выявлены возможности и преимущества цифровой реальности, проанализированы технологии для создания виртуальных миров, а также разработана концепция токено-экономики для метавселенной.

Ключевые слова: метавселенная, NFT, токен, блокчейн, биткоин, цифровая реальность, виртуальный мир, VR, Meta, децентрализованные финансы, Ripple, DeFi.

TOKENIZATION OF ASSETS AS THE FIRST STAGE OF CREATING THE ECONOMIC FOUNDATION OF THE METAVERSE

Sayfullin Timur Ayratovich*Scientific adviser: Okolnishnikova Irina Yurievna*

Abstract: the article highlights approaches to understanding the metaverse, identifies the opportunities and advantages of digital reality, analyzes technologies for creating virtual worlds, and also develops the concept of a token economy for the metaverse.

Key words: metaverse, NFT, token, blockchain, bitcoin, digital reality, virtual world, VR, Meta, decentralized finance, Ripple, DeFi.

Цифровые технологии фундаментально стали частью нашей жизни, с одной стороны они автоматизируют и оптимизируют нашу деятельность, предоставляют нам возможности эффективного использования ресурсов, с другой – внедрение технологий невольно связывает людей с ними. Человечество уже не может представить себя без интернета. Интернет представляет собой цифровой мир, проводниками в этот мир для нас служат смартфоны, компьютеры, планшеты и другие устройства. Несмотря на актуальность данной темы, парадигма цифрового мира только начинает обретать форму и реальность в виде метавселенной. В данной работе мы изучим явление «метавселенная», ее составляющие и разработаем концепцию токено-экономики, которая может стать основой финансовой системы цифрового мира. Цель данной работы - это увеличение обширности экономической мысли в еще не принятой парадигме явления метавселенной.

Данная тема актуальна, потому что она подразумевает под собой исследование инновационного подхода к финансовой системе цифрового мира. Актуальность подкреплена также тем, что люди, ком-

пании и даже страны переходят в цифровой вариант взаимодействия, тем самым открывая для себя новые пути развития и созидания. Физический мир становится неким обликом «человеческого тела», тогда как наш разум постепенно переходит в виртуальное пространство. Метавселенная способна стать площадкой для дальнейшего развития человека и всего человечества. Однако для функционирования виртуального мира необходима финансовая структура, представление о которой только начинает формироваться.

Вместе с тем, из-за того, что как полноценного явления метавселенной еще не существует, данная тема изучена недостаточно. В настоящее время существуют цифровые миры с функционирующей экономикой, во многих из которых люди зарабатывают, но это только отдельные возможности цифрового мира, которые предлагаются пользователю. Метавселенная как тренд способен перерасти в тенденцию, но из-за отсутствия полноценного понимания данного явления, необходимо тщательно исследовать данную тему. В данном случае, любой другой системе, в том числе и цифровому миру, необходима функционирующая экономика, которая станет основой для проведения операций внутри виртуального мира.

В ходе изучения проблемы автором были проанализированы интернет-ресурсы по тематике «цифрового мира», а также современные новости и тренды по данной теме. Кроме этого, исследовались планы технологических компаний по разработке метавселенных. При проведении исследования были использованы общенаучные методы анализа, описания, дедукции и индукции, обобщения и синтеза.

Рассмотрим основные подходы к пониманию явления «метавселенная». Следуя определению из статьи [1], метавселенная определяется как мир, объединяющий физическую, дополненную и виртуальную реальности. Вместе с тем, в данном мире активно взаимодействуют люди и интеллектуальные объекты в рамках многих создаваемых корпорациями, одиночками или группами разработчиков метавселенных на различной или единой этической, технологической и экономической платформе.

Более раннее понимание метавселенной появилось в 1992 году, оно связано с романом писателя Нила Стивенсона «Лавина» [2]. Идея состояла в том, что существует физический и виртуальный мир, которые пересекаются между собой. Автор утверждал, что действия, совершенные в цифровом мире, могут повлиять на физический.

Идеи цифрового мира активно пропагандировались игровой индустрией, которая создавала целые миры. Примерами могут послужить такие проекты, как Minecraft, Second life. Однако это были миры все еще далекие от истинного понимания метавселенной. При этом, именно игровая индустрия имеет больше шансов стать оплотом метавселенной, так как развлечения будут занимать огромную и важную часть в виртуальном мире.

Другой подход к пониманию метавселенной исходит из экономической составляющей. С появлением технологии Blockchain [3], а в дальнейшем NFT и DeFi, взгляд на финансы в корне изменился. Возможности этих изобретений активно внедряются в нашу жизнь, но полное их принятие обществом выглядит затруднительным. Стоит еще учитывать, что весь их потенциал не получится использовать в физическом мире. Таким образом, именно в цифровом мире данная технология позволит создать четкую, работающую и безопасную экономику.

Для более полного понимания метавселенной автором были исследованы возможности, которые может предоставить цифровой мир. К таким возможностям, следуя источнику [4], можно отнести:

1. Бесконечное существование и ощущение физического присутствия. Метавселенная позволит создавать новый опыт, который невозможно создать в физическом мире.
2. Нет ограничения на размер аудитории и количество одновременных пользователей. Каждый может в любой момент подключиться к метавселенной и участвовать в ее жизни, на равных с остальными, условиях.
3. В метавселенной будет своя полностью функционирующая экономика. Люди и компании могут получать некое вознаграждение, в виде токенов, за работу, которая приносит признанную другими ценность, а также тратить и инвестировать.

4. Метавселенная способна объединить физический и цифровой миры, открытые и закрытые платформы, частные и общедоступные сети. Это «единое цифровое целое».

5. В отличие от физического мира, в цифровом будет совместимость всех данных, предметов, активов, контента, передаваемых между цифровыми мирами.

Таким образом, изучив возможности цифрового мира, можно сделать вывод, что он во многом превосходит физический мир, а также требует разработки и внедрения инновационных технологий и решений.

Стоит обратить внимание на сами технологии, которые позволят создать виртуальный мир. В ходе анализа мы не будем учитывать все возможные технологии, такие как например AR, VR, MR, 5G или AI, так как важны те технологии, которые помогают построить финансовую систему. В ходе изучения инструментов, поддерживающие цифровую экономику, автором были выявлены три основных инструмента: Big Data, IoT и Blockchain.

Тем не менее, самой важной для создания цифровой экономики технологией является в настоящее время Blockchain. Именно данная технология позволит проводить транзакции без посредников, хранить информацию и создать Web3.0, где каждый пользователь будет частью единой системы. При этом токены, которые создаются на системе Blockchain, станут основными активами в цифровом мире. Отсюда следует, что токены будут являться цифровыми активами, а также заменителями ценных бумаг и активов в виртуальном мире. Вместе с тем, использование данных технологий во многом зависит от регулирования государства. На данный момент страны осваивают блокчейн и видят в нем потенциал, однако, существуют стороны, которые считают его угрозой.

В ходе исследования автором были проанализированы компании, которые занимаются изучением и созданием цифрового мира, а также его компонентами. Первая крупная компания, которая заявила о создании метавселенной стала Meta, ранее Facebook [5]. Meta планирует создать метавселенную, где люди смогут жить, работать, развлекаться. Компания уже заключила контракты с Nvidia на поставку оборудования для создания мощностей и с Microsoft.

В качестве примера компании, которая создает «валюту» для цифрового мира, можно привести платформу Sensorium Galaxy [6]. Компания разработала токен SENSO для оплаты билетов на виртуальные концерты, аватаров и аксессуаров для них и т.д.

Так как развлечения будут важной составляющей метавселенной, то была изучена игра Fortnite [7], которая уже позиционирует себя как цифровой мир. Игра представляет собой пример успешного внедрения концепции метавселенной, так как на данной площадке уже проводились концерты и презентация фильма «Звездные войны».

Другой пример компании, который позволит создать экономику цифрового мира, это компания Ripple. Запущенная в 2012 году, сеть Ripple позволяет осуществлять финансовые операции – глобальные, безопасные, мгновенные и почти бесплатные, любого размера и без отзыва проводок. Протокол Ripple все больше и больше берут на вооружение банки и системы оплаты. Именно протокол Interledger [8] в будущем может стать основой для торговли в метавселенной, позволяя проводить платежи через различные сети.

Итак, опираясь на рассмотренные примеры, можно утверждать, что метавселенная только зарождается, но уже имеет первые результаты, продемонстрированные крупными компаниями. Кроме этого, стоит обратить внимание на технологии, которые в период пандемии получили большую популярность и подчеркнуть, что именно пандемия стала толчком к созданию виртуального мира, где человек будет чувствовать себя в безопасности.

В ходе исследования автор пришел к выводу, что метавселенной необходима финансовая система, которая станет фундаментальной основой для развития различных направлений и, тем более, первым шагом для создания полноценного цифрового мира. При формировании данной системы важно понимать, что цифровой мир будет отличаться от физического, и там будут другие правила. В физическом мире существует большое количество рынков, активов, товаров и услуг, которые можно приобрести или продавать на различных площадках. В цифровом мире не будет каких-либо разграничений, но должна существовать единая площадка для всех активов. Кроме этого, необходимо перевести все

физические активы в цифровой вид, сохранив их ценность, что в свою очередь позволит использовать токен актива в цифровом мире. При этом токенизация всех активов даст возможность отслеживать и учитывать транзакции по каждому активу, что, в итоге, не позволит создать коррупцию в цифровом мире.

На основе понимания метавселенной, ее возможностей и перспектив, автором был разработан поэтапный план создания токен-экономики в метавселенной:

1. Определение всех активов физического мира.
2. Разработка свода правил и требований для токенизации.
3. Создание единого инструмента для токенизации активов.
4. Перевод всех активов физического мира в цифровой токен с сохранением их ценностей.
5. Создание единого кроссчейн-моста для достижения безотказной совместимости различных токенов и блокчейнов.

6. Создание в метавселенной единой площадки для торговли и обменом токенов.

Следует уточнить, что в сфере финансов возможность дезинтеграции должна быть предоставлена, в первую очередь, участникам, находящимся на концах цепочки добавленной стоимости (эмитенты, инвесторы), при этом посредников (доверенных лиц) следует заменить на функции с добавленной стоимостью. Стоит обратить внимание на то, что в виртуальном мире предполагается отсутствие банков при переводах, однако необходимы инструменты, которые позволят проводить сами транзакции. Именно это может стать новым рынком для финансовых компаний.

Таким образом явление метавселенная является новым миром виртуальной реальности, где будут доступны широкие возможности как для бизнеса, так и для обычной жизни. По мнению автора, метавселенная это новый тренд на ближайшие годы, который позволит компаниям из разных секторов открыть новый источник дохода. И можно утверждать, что именно эти компании будут создавать финансовую систему метавселенной.

Список источников

1. Метавселенная. Новая реальность или мираж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/metavselennaia-novaia-real-nost-ili-mirazh> (дата обращения: 01.11.2021).
2. Лавина (роман) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Лавина_\(роман\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лавина_(роман)) (дата обращения: 12.11.2021).
3. Блокчейн от А до Я. Все о технологии десятилетия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mbatime4u.com/wp-content/uploads/2020/07/blockchein.pdf> (дата обращения: 20.11.2021).
4. Что такое «метавселенная», которую строят Марк Цукерберг, Сатья Наделла и Тим Суини — и зачем это нужно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/future/281044-что-такое-metavselennaya-kotoruyu-stroyat-mark-cukerberg-satya-nadella-i-tim-suini-i-zachem-eto-nuzhno> (дата обращения: 20.11.2021).
5. Meta-вселенная Facebook: главное из интервью Марка Цукерберга The Verge [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/617fbbc79a79476037fa0591> (дата обращения: 20.11.2021).
6. Sensorium galaxy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sensoriumgalaxy.com> (дата обращения: 20.11.2021).
7. Interledger от Ripple соединит банки и блокчейны по всему миру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://forklog.com/interledger-ot-ripple-soedinit-banki-i-blokchejny-po-vsemu-miru/> (дата обращения: 20.11.2021).
8. Метавселенные в играх и киберспорте: от Fortnite до Navination [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dtf.ru/gameindustry/295640-metavselennye-v-igrakh-i-kibersporte-ot-fortnite-do-navination> (дата обращения: 01.12.2021).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 338

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ФИЛИППОВА АННА АНДРЕЕВНА,
КАЗАКОВА ДИАНА ЭЛЬМИРОВНА

Студенты
ДИТИ НИЯУ МИФИ

*Научный руководитель: Чертопьятова Анна Сергеевна
Старший преподаватель кафедры экономики и управления
ДИТИ НИЯУ МИФИ*

Аннотация: в данной статье авторы раскрывают экономическую сущность дебиторской и кредиторской задолженности и влияние инфляционных процессов на их фактическое значение, также выделяют основные риски, угрозы и последствия, связанные с управлением дебиторской и кредиторской задолженностью и обобщают мероприятия для реализации управления.

Ключевые слова: управление, экономическая безопасность, кредиторская задолженность, дебиторская задолженность, оборачиваемость.

MANAGEMENT OF ACCOUNTS RECEIVABLE AND PAYABLE DEBT IN THE ECONOMIC SYSTEM ENTERPRISE SECURITY

Filippova Anna Andreevna,
Kazakova Diana Elmirovna

Scientific adviser: Tchernopyatova Anna Sergeevna

Abstract: in this article, the authors reveal the economic essence of accounts receivable and accounts payable and the impact of inflationary processes on their actual significance, also identify the main risks, threats and consequences associated with the management of accounts receivable and accounts payable and summarize the measures for the implementation of management.

Key words: management, economic security, accounts payable, accounts receivable, turnover.

Экономическая безопасность предприятия – это такое состояние, при котором эффективно используются все ресурсы предприятия для обеспечения защиты от внутренних и внешних угроз, а также устойчивого достижения всех уставных целей и коммерческих интересов [1, с. 399].

Бесспорно, основные составляющие экономической безопасности предприятия должны анализироваться, и при выявлении слабых мест подвергаться защите. Анализ управления дебиторской и кредиторской задолженности входит в зону ответственности одной из составляющих экономической без-

опасности организации. Отметим, что на практике необходим некий баланс между показателями дебиторской и кредиторской задолженности, или превышение суммы дебиторской над кредиторской.

Дебиторская задолженность – это сумма долгов, которую должны вернуть организации на основании договора, в результате хозяйственных отношений [2, с. 31]. Дебиторская задолженность относится к группе активов с высоким уровнем ликвидности, но при этом она подвергается большому риску, поскольку увеличение просроченной дебиторской задолженности влечет за собой рост издержек предприятия, особенно по обслуживанию заёмных средств.

Дебиторская задолженность может быть: За товары (работы, услуги) еще с не наступившим сроком оплаты; За неоплаченные в срок товары (работы, услуги); Перед персоналом; По расчетам с бюджетами разных уровней; По полученным векселям; По взносам в уставный капитал и так далее.

Кредиторская задолженность – это суммы, которые относятся к выплате кредиторам за купленные у них товары (работы, услуги) [3]. Кредиторская задолженность может быть: Перед поставщиками и подрядчиками; Перед бюджетами различных уровней; Перед учредителями по выплате доходов; По векселям к уплате; Перед зависимыми обществами; Перед дочерними обществами; Перед социальными фондами; Авансы полученные; Перед прочими кредиторами.

Поскольку бухгалтерская задолженность не способна отражать объективно информацию в условиях инфляции, возникает проблема учета инфляционного фактора при работе с дебиторской и кредиторской задолженностью. Это выражается, например, в потере дебиторской задолженностью её реальной стоимости. Таким образом, вышеупомянутый процесс может снизить реальную стоимость задолженности, что может отрицательно сказаться на финансовом результате предприятия. Однако, данный инфляционный процесс может также и улучшить результат, за счет увеличения реальной стоимости кредиторской задолженности.

Далее выделим основные риски и угрозы, которые могут возникнуть в процессе управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия и обобщим их в табл. 1.

Таблица 1

Риски и угрозы, потенциально снижающие экономическую безопасность

№	Риски	Последствия	Угрозы
1	Инфляция	Сырье и материалы на рынке подорожают, цены взлетят. Расходы фирмы увеличатся	Фактическая выручка будет ниже запланированной
2	Нарушение договоренностей по договору	Появятся дополнительные расходы, связанные с требованием выполнения договоренностей	Эффективность деятельности предприятия снизится
3	Задержка оплаты задолженности	Разрыв между притоком и оттоком денежных средств предприятия	Появятся дополнительные расходы по уплате пеней, испортится имидж фирмы, потеря контрагентов
4	Налоговые доначисления	Появятся дополнительные расходы на оплату штрафов и доначислений	Предстоящая выездная налоговая проверка

Реализация мероприятий по управлению задолженностью позволит снизить приведенные в таблице 1 потенциальные риски и угрозы.

Большой разрыв между показателями недопустим. Наличие такового свидетельствует о серьезных проблемах в экономической безопасности организации. Разберём возможные случаи:

1. Когда кредиторская задолженность сильно больше дебиторской ($KЗ > ДЗ$). В этом случае возникает проблема с платёжеспособностью организации, поскольку образуется дефицит средств за счёт не покрытия будущих платежей денежными средствами дебиторов.

2. Когда дебиторская задолженность сильно больше кредиторской ($DЗ > КЗ$). Данная ситуация приводит к дефициту оборотных активов и сокращению производства. Как и в первой ситуации это вызывает проблему с платежеспособностью предприятия в перспективе.

Стоит отметить, что существует необходимость в наблюдении за кредиторской и дебиторской задолженностью, они должны изменяться примерно в одинаковом темпе, небольшие расхождения допускаются. Соотношение показателей кредиторской и дебиторской задолженности, в котором отсутствует баланс, может свидетельствовать о потенциальном риске банкротства данного предприятия.

Для того, чтобы оценить влияние дебиторской и кредиторской задолженности на экономическую безопасность фирмы, в первую очередь следует разграничить обязательства по срокам уплаты. Они могут быть в отчетном периоде, отсроченными или просроченными. На данном этапе следует досконально проработать кредитную политику фирмы.

Во-вторых, необходимо выделить основные показатели оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, такие как:

- ✓ Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;
- ✓ Период оборачиваемости дебиторской задолженности;
- ✓ Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;
- ✓ Период оборачиваемости кредиторской задолженности;
- ✓ Доля сомнительной дебиторской (кредиторской) задолженности в составе дебиторской (кредиторской) задолженности;
- ✓ Доля дебиторской (кредиторской) задолженности в совокупном объеме текущих активов (краткосрочных пассивов).

Вышеуказанные показатели помогут определить качественные характеристики дебиторской (кредиторской) задолженности, их следует применять для оценки влияния на экономическую безопасность предприятия в динамике.

В-третьих, рекомендуется отслеживать влияние показателей кредиторской и дебиторской задолженности на финансовое положение фирмы. Данный анализ проводить на основе отчетов об изменении имущественного положения фирмы, показателей ликвидности и оборачиваемости.

В конце анализа на основании консолидации совокупных результатов делаем вывод о рациональности структуры дебиторской и кредиторской задолженностей, их соотношении между собой, сроках погашения, а также по поводу влияния изменений их величин на экономическую безопасность предприятия.

Грамотное управление дебиторской и кредиторской задолженностью очень важно для организаций, поскольку это определяет их деловую репутацию, финансовую устойчивость и положение на рынке.

Список источников

1. Ломовцева А.В. Инновационная активность и формирование экономической безопасности предприятий [Текст] ; А.В. Ломовцева, Т.В. Трофимова // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы: материалы Международной научно-практической конференции. – Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. Нижний Новгород, 2013. – С. 399-403.
2. Ивашкевич В.Б. Учет и анализ дебиторской и кредиторской задолженности. [Текст] – М. : Бухгалтерский учет, 2003. –189 с.
3. Кузнецов И.Н. Бизнес-безопасность [Электронный ресурс] / И. Н. Кузнецов. – М. : Дашков и К, 2016. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=72416 (дата обращения: 27.12.2021).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 330.45

ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ

РЯЗАНЦЕВА ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА,

к. ф.-м. н., доцент

ЮДИНА МАРИНА АНДРЕЕВНА

студент

ЛФ ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

Аннотация: В данной статье рассматриваются средства бизнес-аналитики для оценки покупательской корзины. Рассмотрены основные элементы данных средств, обозначено их использование и применение в предприятиях торговли. Формулируются основные особенности онлайн- и розничной торговли с помощью ряда подходов в бизнес-аналитике для оценки потребительской корзины. Обозначены главные составляющие для анализа потребностей покупателей и конкурентоспособности организаций торговли.

Ключевые слова: бизнес-аналитика, покупательская корзина, конкурентоспособность, экономика, менеджмент, онлайн-торговля.

THE USE OF BUSINESS INTELLIGENCE TOOLS TO EVALUATE THE SHOPPING BASKET

Ryazantseva Elena Anatolyevna,
Yudina Marina Andreevna

Annotation: This article discusses business intelligence tools for evaluating the shopping basket. The main elements of these funds are considered, their use and application in trade enterprises are indicated. The main features of online and retail trade are formulated using a number of approaches in business analytics to evaluate the consumer basket. The main components for analyzing the needs of buyers and the competitiveness of trade organizations are identified.

Key words: business analytics, shopping cart, competitiveness, economics, management, online trading.

В современных реалиях развития рыночных отношений и скорость развития бизнеса, а также конкурентной составляющей в сети, становится понятно, что необходимо не просто обладать информацией о пользователях, но и уметь распознавать потребности и желания покупателя до того, как он уйдет к конкурентам. Выгода для покупателя была и остается важным конкурентным преимуществом. С помощью этого маркетологи могут выявлять выгодные предложения для клиента магазина максимально выгодно и без ущерба для бизнеса в целом.

Важным понятием в маркетинге является потребительская корзина — это набор товаров, которые клиент приобретает в рамках одной отдельно взятой транзакции. Также базовым понятием в теории ассоциативных правил является транзакция. Транзакция — это значимый показатель, но при этом необходимо анализировать путь, который привел к ней, а не выбор покупателя.

Для определения наиболее подходящих друг другу товаров как правило применяется алгоритм Apriori — анализ информации об ассортименте позиций в «чеке». В первую очередь он нужен маркетологам интернет-магазинов для принятия решений, которые направлены на проработку сценариев взаимодействия с покупателями. Также необходимо отметить, что такой метод анализа будет полезен интернет-магазинам, ведь именно там в «чеке», как правило, не один товар, а набор различных позиций

— к примеру, любой продуктовый ритейл. При этом не рекомендуется проводить такой анализ для интернет-магазинов, специализированных на продаже крупной бытовой техники или мебели, а именно для тех магазинов, в которых пользователи приобретают один товар и на долгий срок.

Задача поиска ассоциативных правил впервые была внедрена в нахождении типичных шаблонов тех покупок, что совершались в супермаркетах. Современные кассовые аппараты в супермаркетах могут собирать информацию о покупках и хранить в базе данных. Теперь специалисты в области веб-аналитики могут извлекать и грамотно владеть всеми необходимыми данными, и это позволяет делать точно такой же анализ, но уже в онлайн-сфере, а кассовые аппараты заменяются данными, извлеченными из электронной торговли. Также необходимо более внимательно взглянуть и на содержимое «корзины», чтобы владеть полным спектром данных о покупателях и их предпочтениях.

В повседневной жизни, когда мы идем в магазин, то, как правило, покупаем не один товар, а целый набор. То же самое происходит и при покупках в интернет-магазине. При анализе онлайн-данных, связанных с ассортиментом товаров, возникает ряд логичных вопросов: почему пользователь приобрел именно этот набор продуктов? Является ли покупка одного товара следствием или причиной покупки другого товара? Эту связь и выявляют ассоциативные правила.

Конечно, искать вручную закономерности не является логичной тактикой, поэтому для поиска шаблонов покупок и различных закономерностей используется аналитическая платформа Deductor Studio. Весь анализ осуществляется в несколько шагов, а именно:

1. Получение и преобразование данных. Как правило, осуществляя поиск ассоциативных правил, используются данные электронной торговли в Google Analytics, но может использоваться и информация из другой системы веб-аналитики или же выгрузка из CRM.

Для поиска правил необходимо брать небольшие временные отрезки — от одного до трех месяцев. Обычно требуется выгрузить целый массив данных. По умолчанию сделать это сложно, поскольку Google Analytics не позволяет выгрузить более 5000 строк за раз. При этом, так как в дополнительном параметре всегда указан идентификатор транзакций, то получается не менее 15000 строк. Именно по этой причине необходимо использование R для выгрузки большого массива данных. Процесс их выгрузки и обработки в таком случае сокращается до считанных минут, что для веб-аналитика особенно ценно.

2. Загрузка «чистых» данных в аналитическую платформу DeductorStudio. В этой платформе широко представлены самообучающиеся алгоритмы, позволяющие полностью решить поставленную задачу. Система проста в использовании, ведь в ее бесплатной версии имеется базовый и весь необходимый инструментарий. Этим приемом для подобного анализа вполне достаточно. Но можно выделить и существенный минус — это отсутствие возможности выгрузить полученные результаты, так как это доступно только в расширенной платной версии.

3. Обработка имеющихся данных. После того, как файл был успешно загружен в платформу, нужно обратиться к мастеру обработки и выбрать необходимый алгоритм в методе DataMining. На шаге настройки параметра построения ассоциативных правил нужно подробно остановиться, ведь именно на этом шаге нужно понимать теоретическую суть всего анализа.

Ассоциативное правило состоит из двух наборов предметов, называемых «условие» и «следствие» и записывается в виде $X \rightarrow Y$, что читается как: «Из X следует Y». Таким образом, ассоциативное правило формулируется в виде: «Если условие, то следствие». Также необходимо уточнить, что поддержка ассоциативного правила — это число транзакций, которые содержат как условие, так и следствие. Например, ассоциацию $A \rightarrow B$ можно записать так: достоверность ассоциативного правила $A \rightarrow B$ представляет собой меру точности правила и определяется как отношение количества транзакций, содержащих и условие, и следствие, к количеству транзакций, содержащих только условие. В случае, когда поддержка и достоверность достаточно высоки, можно утверждать с большой вероятностью, что любая будущая транзакция, которая включает условие, будет содержать и следствие.

Методики поиска ассоциативных правил позволяют выявить все ассоциации, которые удовлетворяют ограничениям на поддержку и достоверность. Это вынуждает рассматривать десятки и сотни тысяч ассоциаций, что, в свою очередь, делает невозможным обработку такого количества данных

вручную. Число правил придется уменьшить так, чтобы проанализировать исключительно наиболее значимые из них. Именно поэтому в данной методике незаменимым является термин «лифт» (оригинальное название – интерес, также встречается термин «улучшение»). Другими словами, лифт — это отношение частоты появления условия в транзакциях, которые также содержат и следствие, к частоте появления следствия в целом. Если значения лифта больше, чем единица, то это будет означать, что условие чаще появляется в транзакциях, содержащих следствие, чем в остальных. Можно сказать, что лифт является обобщенной мерой связи двух предметных наборов: при значениях лифта больше 1 связь положительная, при 1 она отсутствует, а при значениях меньше 1 — отрицательная.

В процессе генерации ассоциативных правил широко используются те методики, которые позволяют уменьшить количество ассоциаций для анализа. В рамках данного анализа всегда нужно уделять внимание методу дерева правил. Данный визуализатор отображает такие же правила, как и предыдущий, но в более удобной для анализа форме.

Данный пример показал, что, просто глядя в интерфейс системы аналитики и в уже привычный набор данных, можно упустить ряд полезных в исследованиях закономерностей. Такой анализ упрощает аналитический процесс и помогает в решении следующих задач:

1. Предсказать, какие товары пользователи будут выбирать в зависимости от того, что уже есть в корзине;
2. Выявить наиболее популярные наборы товаров, состоящие из более, чем одного предмета;
3. Предложить рекламные акции, например: «каждому купившему А и В товар С в подарок»;
4. Настроить персонализированную e-mail-рассылку на основе наиболее часто встречающихся наборов товаров для определенных пользователей.

Список источников

1. Основы бизнес-анализа. Учебное пособие / Под ред. Бариленко В.И.. - М.: КноРус, 2019. - 56 с.
2. Казакова, Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 240 с.
3. Еремеева, Н.В. Планирование и анализ бизнес-процессов на основе построения моделей управления конкурентоспособности продукции / Н.В. Еремеева. - М.: Русайнс, 2018. - 16 с.

УДК 338.984

SLOWING ECONOMIC GROWTH

МУБАРАКОВА АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
филиал в г. Калуга

Аннотация: в статье говорится, о том что, развивающиеся страны больше подвержены риску глобальных экономических угроз, в связи с короновирусной инфекцией, и прогнозирование мировых банков заключается в росте процента безработицы, возобновлении экономического спада и кризиса.

Ключевые слова: прогнозирование, показатели, глобальное сотрудничество, экономические факторы, всемирный банк.

ЗАМЕДЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Mubarakova Alyona Aleksandrovna

Abstract: the article says that developing countries are more at risk of global economic threats due to coronavirus infection, and the forecast of world banks is an increase in the unemployment rate, the resumption of economic recession and crisis.

Key words: forecasting, indicators, global cooperation, economic factors, world bank.

The risk of a hard landing for large parts of the global economy is rising as countries struggle to cope with the triple threat of Covid-19, inflation and higher interest rates, the World Bank has said.

In its half-yearly forecasts, the Washington DC-based Bank said it expected a “pronounced slowdown” in growth in the next two years, with the less well-off parts of the world especially hard hit.

“We’re going to have the best growth we’ve ever had this year, I think since maybe sometime after the Great Depression,” Dimon told CNBC’s Bertha Coombs during the 40th Annual J.P. Morgan Healthcare Conference. “Next year will be pretty good too.”

Dimon, the longtime CEO and chairman of JPMorgan Chase, said his confidence stems from the robust balance sheet of the American consumer. JPMorgan is the biggest U.S. bank by assets and has relationships with half of the country’s households.

“The consumer balance sheet has never been in better shape; they’re spending 25% more today than pre-Covid,” Dimon said. “Their debt-service ratio is better than it’s been since we’ve been keeping records for 50 years.”

Dimon said growth will come even as the Fed raises rates possibly more than investors expect. Goldman Sachs economists predicted four rate hikes this year and Dimon said he would be surprised if the central bank didn’t go further.

“It’s possible that inflation is worse than they think and they raise rates more than people think,” Dimon said. “I personally would be surprised if it’s just four increases.”

David Malpass, the World Bank’s president, called for action to reduce the debts of poor countries and said he was “very worried” about the permanent scarring of development caused by the pandemic. He said: “The world economy is simultaneously facing Covid-19, inflation, and policy uncertainty, with government spending and monetary policies in uncharted territory. Rising inequality and security challenges are particularly harmful for developing countries.”

With the Bank predicting a slowdown in growth from 5.5% in 2021 to 4.1% this year and 3.2% in 2023, Malpass added: “Putting more countries on a favourable growth path requires concerted international action

and a comprehensive set of national policy responses.”

The Bank said the rapid spread of the Omicron variant suggested the pandemic was likely to continue disrupting economic activity in the near term, while a marked deceleration in the world’s two biggest economies – the US and China – would reduce exports from emerging and developing economies.

“At a time when governments in many developing economies lack the policy space to support activity if needed, new Covid-19 outbreaks, persistent supply-chain bottlenecks and inflationary pressures, and elevated financial vulnerabilities in large swathes of the world could increase the risk of a hard landing,” the report said.

Malpass said many countries were already facing an education “hard landing”, pointing out that in poor countries the number of 10-year-olds unable to read a simple text had risen from 53% to 70% in the past two years.

“Deep debt relief is needed,” Malpass said. “If we wait too long it will be too late and it won’t be successful.”

Dimon has expressed expectations for higher rates before. Banks tend to prosper in rising-rate environments because their lending margins expand as rates climb.

Indeed, bank stocks have surged so far this year as rates climbed. The KBW Bank Index jumped 10% last week, the best start to a year on record for the 24-company index.

However, Dimon said that while the underlying economy looks strong, stock market investors may endure a tumultuous year as the Fed goes to work.

“The market is different,” Dimon said. “We’re kind of expecting that the market will have a lot of volatility this year as rates go up and people kind of redo projections.”

“If we’re lucky, the Fed can slow things down and we’ll have what they call a ‘soft landing’,” Dimon added.

The bank was forced to move its annual healthcare conference to a virtual format because of the spread of the omicron variant of Covid-19.

The Bank said growth in advanced economies was expected to decline from 5% in 2021 to 3.8% in 2022 and 2.3% in 2023 – a pace of expansion that would still be enough to restore output and investment to their pre-pandemic trend. By the end of next year, all advanced economies were expected to have achieved a full recovery in output.

Growth in emerging and developing economies was expected to drop from 6.3% in 2021 to 4.6% in 2022 and 4.4% in 2023, leaving output 4% below its pre-pandemic trend. For fragile and conflict-affected countries, output would be 7.5% below its pre-pandemic trend, while in small island states it would be 8.5% below.

The Bank said rising inflation – which hits low-income workers particularly hard – was constraining monetary policy. “Globally and in advanced economies, inflation is running at the highest rates since 2008. In emerging market and developing economies, it has reached its highest rate since 2011. Many emerging and developing economies are withdrawing policy support to contain inflationary pressures – well before the recovery is complete.”

Markets dropped on Feb. 24 amid worries that the spreading coronavirus could cause substantial economic damage. On Feb. 26, Fed policymakers huddled to discuss what policy moves they might take to combat what eventually would become a full-blown pandemic.

Within weeks, the Fed would cut its benchmark interest rate to zero and institute an unprecedented array of lending and liquidity programs to help the economy and financial markets function.

Clarida’s announcement did not mention anything about the controversy, which has been a focal point of Fed criticism from Sen. Elizabeth Warren (D-Massachusetts) and some other lawmakers. Two regional Fed presidents, Eric Rosengren of Boston and Robert Kaplan of Dallas, both resigned following questions over their trading activities.

Clarida called serving on the Fed “a distinct honor and immense privilege” and noted the measures it took during the pandemic.

“I am proud to have served with my Federal Reserve colleagues as we, in a matter of weeks, put in place historic policy measures that, in conjunction with fiscal policy, steered the economy away from depres-

sion and that have supported a robust recovery in economic activity and employment since,” he said in a resignation letter to President Joe Biden. “There is still road left to walk and damage to be repaired.”

The resignation comes the same week Powell appears before a Senate committee for his confirmation hearing to a second term. That hearing will happen Tuesday. Two days later, Fed Governor Lael Brainard will face a hearing to be confirmed as vice chairman to take Clarida’s spot.

At a time when immunisation rates in the world’s poorest countries are below 10%, the World Bank said the immediate priority was to ensure vaccines were deployed more widely. But it said there was also the need for long-term support to tackle setbacks in development progress, such as rising inequality.

“In a time of high debt, global cooperation will be essential to help expand the financial resources of developing economies so they can achieve green, resilient, and inclusive development,” said Mari Pangestu, the Bank’s managing director for development policy and partnerships.

Список источников

1. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условия рынка: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 260с.
2. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования в экономике./ Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М., 2003. - 50 с.
3. Лапыгин Ю.Н. Экономическое прогнозирование: Учебное пособие / Ю.Н.Лапыгин, В.Е.Крылов, А.П.Чернявский. – М.: Эксма, 2009. – 256 с.

УДК 33

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

ЦОРОЕВА АМАЛИЯ МАГОМЕДХАНОВНА

Магистрант

ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»

*Научный руководитель: Оздоева Зарифа Хамзатовна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»*

Аннотация: В данной статье рассматривается понятие финансовой устойчивости организации и проблема его поддержания в условиях нестабильной экономики. Рассмотрена структура ресурсной базы организации как ключевой аспект в определении его финансового положения на рынке. Раскрыты ключевые факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость фирмы, а также способы управления ими.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, экономическая нестабильность, ресурсная база, структура активов, стратегия управления.

PROBLEMS OF ENSURING THE FINANCIAL STABILITY OF AN ORGANIZATION IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Tsoroeva Amalia Magomedkhanovna*Scientific adviser: Ozdоеva Zarifa Khamzatovna*

Abstract: This article discusses the concept of financial stability of an organization and the problem of its maintenance in an unstable economy. The structure of the organization's resource base is considered as a key aspect in determining its financial position in the market. The key factors influencing the financial stability of the company, as well as ways to manage them, are disclosed.

Key words: financial stability, economic instability, resource base, asset structure, management strategy.

В условиях сложившихся финансового кризиса и сильнейшей конкуренции на российском рынке все более острой для организаций становится проблема поддержания своей финансовой устойчивости.

На финансовую устойчивость организации влияет множество факторов: положение организации на товарном рынке; производство и выпуск дешевой, пользующейся спросом продукции; потенциал организации в деловом сотрудничестве; степень его зависимости от внешних кредиторов и инвесторов; наличие неплатежеспособных дебиторов; эффективность хозяйственных и финансовых операций.

Ни одна организация при осуществлении своей деятельности не может быть застрахована от негативного влияния вышеуказанных факторов. Именно поэтому самым обоснованным вариантом борьбы с ним выступает его минимизация.

Разрабатывая ту или иную стратегию управления финансовой устойчивостью, многие компании акцентируют свое внимание на оптимизации структуры капитала, а именно на уменьшении доли заемного капитала в качестве страховки от финансового риска. Однако при увеличении объема производства за счет снижения доли кредитных ресурсов и увеличения объема собственных путем привлечения дополнительного числа инвесторов и акционеров значительно снижает уровень рентабельности фирмы [3, с. 78]. С другой стороны, увеличение доли собственных средств компании способствует поддержанию его платежеспособности и финансовой независимости. В связи с этим перед организацией стоит основная задача выбора наиболее оптимального соотношения между собственными и заемными ресурсами с целью поддержания финансовой устойчивости.

Для того чтобы определить допустимый размер привлечения заемных средств компанией необходимо учитывать возможность покрытия соответствующих расходов по ним в будущем. В данном случае речь идет о грамотно разработанной стратегии управления активами организации, обеспечивающей преодоление временного разрыва между получением доходов и погашением обязательств. В связи с этим необходим индивидуальный подход в управлении тем или иным активом организации. Рассмотрим каждый из них более детально.

1. Основные средства. Уменьшение доли основных средств путем их продажи способствует снижению кредиторской задолженности и одновременно снижению налоговой базы; аренда основных средств содействует увеличению прибыльности организации; повышение стоимости имущества при его переоценке способствует увеличению добавочного капитала предприятия и, соответственно, его собственных средств [1, с. 335].

2. Материальные запасы. Высокая доля материальных запасов в структуре активов организации отрицательно влияет на его рентабельность, так как для их содержания и хранения требуется дополнительный объем ресурсов. Кроме того, это негативно воздействует на оборачиваемость фондов компании. Ключевыми мерами в части управления материальными запасами с целью поддержания финансовой устойчивости организации могут выступать: планирование и нормирование материально-производственных запасов, высокое качество обеспечения снабжения, формирования и хранения запасов; координация уровня и состояния запасов и т. д. [2, с. 244]

3. Дебиторская задолженность. Увеличение доли дебиторской задолженности оказывает отрицательное влияние на финансовое состояние компании, так как средства должников (потребителей товаров, работ, услуг) не находятся в обороте и, соответственно, не приносят соответствующего дохода. В связи с этим перед предприятием стоит задача в сокращении оборачиваемости дебиторской задолженности. При разработке стратегии управления дебиторской задолженностью следует делать акцент на стимулировании покупателей к производству досрочной оплаты, на использовании современных способов финансовых расчетов и др. [3, с. 78] Эффективным методом управления данным активом выступает также его рефинансирование, которое заключается в преобразовании дебиторской задолженности в активы, характеризующиеся более высокой степенью ликвидности. В качестве одних из самых актуальных форм рефинансирования выступают форфейтинг, факторинг, цессии, использование векселей или иных платежных документов.

4. Денежные средства. Управление денежными средствами во многом определяет финансовое положение организации, так как наличие достаточного объема наличных средств говорит о платежеспособности фирмы, а именно о возможности своевременно погашать свои обязательства перед кредиторами, способности вкладываться в различного рода активы и др. [4, с. 211] Стратегия управления денежными потоками должна концентрироваться на координации деятельности фирмы в части синхронности притоков и оттоков денежных средств во времени их поступления и объемов [5, с. 29].

Таким образом, финансовая устойчивость отражает то, насколько грамотно предприятие распоряжается имеющимися в наличии денежными средствами, поскольку это дает возможность свободно маневрировать финансовыми ресурсами, обеспечивать бесперебойный производственный процесс. Поэтому эффективная работа в области управления активами и пассивами предприятия будет способствовать повышению финансовой устойчивости, что позволит противостоять негативному внешнему влиянию и преумножению своих активов.

Список источников

1. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / О. В. Губина, В. Е. Губин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 335 с.;
2. Илышева, Н. Н. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации: монография / Н. Н. Илышева, С. И. Крылов. – 2-е изд., с изм. – Москва: Финансы и Статистика, 2021. – 244 с.;
3. Садыков У.Е. Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости / У.Е. Садыков // Наука и образование. – 2019. – 78 с.;
4. Шулико Е. В. К вопросу эффективного управления денежными потоками организации в современных условиях // Инновационная наука. – 2018. – №11. – 211 с.;
5. Кадеева Е. Н., Иванова Л. Р., Сорокина А. В., Совершенствование системы управления денежными потоками как фактор повышения финансовой устойчивости предприятия/Управление устойчивым развитием. – 2019 – №1(20) – 29 с.

УДК 658.5.012.7

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

КУРБАТОВА АНАСТАСИЯ КОНСТАНТИНОВНА,

студент

ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА

к. э. н. доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса филиал в г. Находка

Аннотация: важную роль в организации хозяйственной деятельности предприятия играет оценка финансовых результатов и эффективности его функционирования. В данной статье раскрывается содержание основных финансовых результатов деятельности предприятия, приводится характеристика основных подходов к системному анализу хозяйственной деятельности, и определяются пути повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: предприятие, эффективность, оценка, показатели, анализ.

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Kurbatova Anastasia Konstantinovna,
Lekhtyanskaya Larisa Vladimirovna

Abstract: an important role in the organization of the economic activity of the enterprise is played by the assessment of financial results and the effectiveness of its functioning. This article reveals the content of the main financial results of the company's activities, describes the main approaches to the systematic analysis of economic activity, and identifies ways to improve the efficiency of economic activity.

Key words: enterprise, efficiency, evaluation, indicators, analysis.

Введение. Предприятие не существует само по себе. Оно связано с экономикой в целом, с одной стороны, через рынок производственных факторов, с другой – через рынок сбыта, поэтому экономика предприятия должна исследовать отношения отдельных предприятий с другими хозяйственными единицами, с рынком. При этом она рассматривает хозяйственный процесс, как в целом, так и с точки зрения интересов отдельного предприятия.

Осуществление хозяйственной и финансовой деятельности в условиях рыночных отношений всегда сопряжено с определенным риском. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия является необходимым условием грамотного принятия управленческих и предпринимательских решений.

Основная часть. Экономический эффект это – какой-либо полезный результат, выраженный в стоимостной оценке. Обычно в качестве полезного результата выступают прибыль или экономия затрат и ресурсов. Экономический эффект - величина абсолютная, зависящая от масштабов производства и экономии затрат. Экономическая эффективность – это соотношение между результатами хозяйственной деятельности и затратами живого и овеществленного труда, ресурсами. Экономическая эффективность зависит от экономического эффекта, а также от затрат и ресурсов, которые вызвали данный эффект. Таким образом, экономическая эффективность - величина относительная, получаемая в результате сопоставления эффекта с затратами и ресурсами.

Все показатели, исходя из требований рынка, можно разделить:

- оценочные, характеризующие достигнутый или возможный уровни развития или результатов той или иной деятельности;

- затратные, отражающие уровень затрат по осуществлению различных видов деятельности.

Такое деление весьма условно. Оно зависит от цели проводимого анализа.

В зависимости от цели анализа показатели могут выражаться в форме абсолютных, относительных и средних величин.

Абсолютные показатели бывают стоимостными и натуральными [1]. В условиях рыночных отношений первостепенное значение придается стоимостным показателям, что обусловлено сущностью товарно-денежных отношений. Абсолютные показатели отражают уровень развития предприятия, достигнутый за определенный период времени.

Относительные показатели выделяются как отношения абсолютных показателей, характеризующие долю одного показателя в другом, или как отношения разнородных показателей. Процедура их оценки заключается в сравнении отчетных значений с базисными плановыми, средними за предшествующий период, отчетными за предшествующие периоды, среднеотраслевыми и показателями конкурентов.

Структурные показатели - по расходам, капиталу и доходам характеризуют долю отдельных элементов в итоговой сумме.

Приростные показатели отражают свое изменение за определенный период. Они могут быть даны в относительном или абсолютном выражении. Таковыми являются, например, изменения уставного фонда за год, прибыли за год и т.д.

В условиях рынка в число контролируемых показателей входят: выручка от реализации, объем продаж, размер капитала, сумма чистой прибыли, величина активов, число акционеров, величина выплачиваемых дивидендов и доля экспорта в обороте [2]. На рисунках 1 и 2 представлена система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Показатели	Характеристика	Способ расчета
I. Производительность труда		
1. Выработка	Отражает количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника в месяц, квартал, год	Отношение количества произведенной продукции к затратам рабочего времени на производство этой продукции
2. Трудоемкость	Величина, обратная выработке, характеризует затраты труда на производство единицы продукции	Отношение затрат труда к объему продукции
II. Показатели использования основных фондов		
1. Фондоотдача	Отражает количество произведенной продукции в расчете на 1 руб. основных производственных фондов	Отношение годового объема реализованной продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов
2. Фондоёмкость	Показатель, обратный фондоотдаче. Отражает стоимость основных производственных фондов в расчете на 1 руб. реализованной продукции	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к годовому объему реализованной продукции
3. Фондовооруженность труда	Характеризует оснащенность работников предприятия основными производственными фондами	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к среднесписочной численности работников.
4. Коэффициент интенсивности использования оборудования	Характеризует эффективность использования оборудования	Отношение фактического объема выпущенной продукции к установленной производственной мощности оборудования (пропускной способности)

Рис. 1. Система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Показатели	Характеристика	Способ расчета
IV. Показатели рентабельности		
1. Рентабельность продукции	Эффективность затрат, произведенных предприятием на производство и реализацию продукции	Отношение прибыли от реализации продукции к сумме затрат на производство и реализацию продукции
2. Рентабельность производства общая	Характеризует прибыльность (убыточность) производственной деятельности предприятия за определенный период времени (год, квартал)	Отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств
3. Рентабельность продаж (оборота)	Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля реализованной продукции	Отношение прибыли к средней за период величине чистых активов
4. Рентабельность имущества предприятия	Показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы	Отношение чистой прибыли к средней за период величине чистых активов
5. Рентабельность собственного капитала	Показывает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия. Служит основным критерием при оценке уровня котировки акций на бирже	Отношение чистой прибыли к средней за период величине собственного капитала

Рис. 2. Система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Анализ эффективности деятельности предприятия позволяет:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;
- определять затраты на производство (издержки производства) и тенденции их изменения, что необходимо для разработки ценовой политики предприятия;
- находить оптимальные пути решения проблем предприятия и получения прибыли в ближайшей и отдаленной перспективах.

Таким образом, эффективность хозяйственной деятельности предприятия является одной из важных проблем в рыночной экономике. Это обусловлено необходимостью повышать конкурентоспособность, сохранять позиции на рынке. Сущность проблемы повышения эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования факторов производства [3].

Повышение эффективности производства достигается как за счет экономии текущих затрат, так и на основе лучшего использования ресурсов предприятия.

Определяющим результатом рыночной деятельности предприятия является максимальное получение прибыли на вложенный капитал. Это находит свое выражение в росте рентабельности производства.

Основными направлениями повышения эффективности производства выступают повышение производительности труда, рост фондоотдачи и снижение материалоемкости продукции.

Рост производительности труда отражает эффективное использование персонала предприятия. Это находит свое отражение в снижении удельного веса затрат на выплату заработной платы производственных работников в себестоимости единицы продукции.

Рост фондоотдачи проявляется в снижении доли затрат перенесенного прошлого труда в виде амортизационных отчислений в себестоимости единицы продукции.

Снижение материалоемкости продукции ведет к снижению доли материальных затрат в себестоимости единицы продукции [4].

Важным показателем эффективности производства является качество продукции. Эта характеристика продукта является объективным показателем состояния и использования основных производственных фондов и оборотных средств на предприятии.

Вывод: Основным итоговым финансовым документом предприятия является бухгалтерский баланс. Он позволяет оценить финансовое состояние предприятия, проанализировать наличие, размещение и использование ресурсов.

Финансовые результаты складываются из финансовых результатов от реализации продукции, основных средств и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибыль является конечным финансовым результатом предпринимательской деятельности коммерческой организации. Экономическая сущность прибыли состоит в том, что она является частью добавленной стоимости, которая получена в результате реализации продукции (товаров), выполнения работ, оказания услуг. По величине она представляет разницу между ценой продукции и себестоимостью, а в целом по предприятию – разницей между выручкой от реализации продукции и издержками производства.

Основными элементами методики системного анализа хозяйственной деятельности предприятия являются:

- диагностика и анализ финансового состояния предприятия;
- оценка показателей ликвидности;
- расчет показателей финансовой устойчивости;
- измерение деловой активности;
- выяснение рентабельности работы предприятия.

Для анализа эффективности производства и финансового состояния предприятия используются показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов, их отдачу, показатели рентабельности; показатели, отражающие предпринимательскую активность, а также система показателей платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.

Список источников

1. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
2. Экономика организации (предприятия): Учебник/ Под ред. Н. А. Сафронова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2016.
3. Экономика предприятия: Учебник/ Под ред. А. Е. Карлика и М. Л. Шухгальтера. – М.: ИНФРА-М, 2014.
4. Энциклопедия рыночного хозяйства. Ресурсный потенциал экономического роста. – М.: Путь России; Экономическая литература, 2015.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И
ПРАКТИКИ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 января 2022 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 16.01.2022.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 7,8

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 февраля	XVI Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-1307
5 февраля	IX Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1308
5 февраля	IX Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДАГОГИКИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1309
5 февраля	IX Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЮРИСПРУДЕНЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1310
7 февраля	XXXV International scientific conference EUROPEAN RESEARCH	90 руб. за 1 стр.	МК-1311
7 февраля	XI Международная научно-практическая конференция СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-1312
10 февраля	XXIII Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1313
10 февраля	XXXVII Международная научно-практическая конференция НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: СОХРАНЯЯ ПРОШЛОЕ, СОЗДАЁМ БУДУЩЕЕ	90 руб. за 1 стр.	МК-1314
12 февраля	XI Всероссийская научно-практическая конференция МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ РОССИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1315
12 февраля	XV Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-1316
15 февраля	LI Международная научно-практическая конференция ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1317
15 февраля	XI Международная научно-практическая конференция НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ	90 руб. за 1 стр.	МК-1318
17 февраля	VI Международная научно-практическая конференция СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1319
17 февраля	Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	90 руб. за 1 стр.	МК-1320
20 февраля	IV Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-1321
20 февраля	III Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-1322
23 февраля	Всероссийская научно-практическая конференция НАУКА РОССИИ — БУДУЩЕЕ СТРАНЫ	90 руб. за 1 стр.	МК-1323