

Научный центр «LJournal»

Рецензируемый научный журнал

# **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**

№102, Октябрь 2023  
(Часть 2)



Самара, 2023

T33

**Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования» №102, Октябрь 2023 (Часть 2) - Изд. Научный центр «LJournal», Самара, 2023 - 220 с.**

**doi:** 10.18411/trnio-10-2023-p2

**Тенденции развития науки и образования** - это рецензируемый научный журнал, который в большей степени предназначен для научных работников, преподавателей, доцентов, аспирантов и студентов высших учебных заведений как инструмент получения актуальной научной информации.

Периодичность выхода журнала – ежемесячно. Такой подход позволяет публиковать самые актуальные научные статьи и осуществлять оперативное обнародование важной научно-технической информации.

Информация, представленная в сборниках, опубликована в авторском варианте. Орфография и пунктуация сохранены. Ответственность за информацию, представленную на всеобщее обозрение, несут авторы материалов.

Метаданные и полные тексты статей журнала передаются в наукометрическую систему ELIBRARY.

Электронные макеты издания доступны на сайте научного центра «LJournal» - <https://ljournal.org>

© Научный центр «LJournal»  
© Университет дополнительного  
профессионального образования

УДК 001.1  
ББК 60

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Черноятов Александр Михайлович**

Кандидат экономических наук, Профессор

**Царегородцев Евгений Леонидович**

Кандидат технических наук, доцент

**Пивоваров Александр Анатольевич**

Кандидат педагогических наук

**Малышкина Елена Владимировна**

Кандидат исторических наук

**Ильященко Дмитрий Павлович**

Кандидат технических наук

**Дробот Павел Николаевич**

Кандидат физико-математических наук, Доцент

**Божко Леся Михайловна**

Доктор экономических наук, Доцент

**Бегидова Светлана Николаевна**

Доктор педагогических наук, Профессор

**Андреева Ольга Николаевна**

Кандидат филологических наук, Доцент

**Абасова Самира Гусейн кызы**

Кандидат экономических наук, Доцент

**Попова Наталья Владимировна**

Кандидат педагогических наук, Доцент

**Ханбабаева Ольга Евгеньевна**

Кандидат сельскохозяйственных наук, Доцент

**Вражнов Алексей Сергеевич**

Кандидат юридических наук

**Ерыгина Анна Владимировна**

Кандидат экономических наук, Доцент

**Чебыкина Ольга Альбертовна**

Кандидат психологических наук

**Левченко Виктория Викторовна**

Кандидат педагогических наук

**Петраш Елена Вадимовна**

Кандидат культурологии

**Романенко Елена Александровна**

Кандидат юридических наук, Доцент

**Мирошин Дмитрий Григорьевич**

Кандидат педагогических наук, Доцент

**Ефременко Евгений Сергеевич**

Кандидат медицинских наук, Доцент

**Шалагинова Ксения Сергеевна**

Кандидат психологических наук, Доцент

**Катермина Вероника Викторовна**

Доктор филологических наук, Профессор

**Полицинский Евгений Валериевич**

Кандидат педагогических наук, Доцент

**Жичкин Кирилл Александрович**

Кандидат экономических наук, Доцент

**Пузыня Татьяна Алексеевна**

Кандидат экономических наук, Доцент

**Ларионов Максим Викторович**

Доктор биологических наук, Доцент

**Афанасьева Татьяна Гавриловна**

Доктор фармацевтических наук, Доцент

**Байрамова Айгюн Сеймур кызы**

Доктор философии по техническим наукам

**Лыгин Сергей Александрович**

Кандидат химических наук, Доцент

**Шамутдинов Айдар Харисович**

Кандидат технических наук, Профессор

**Заломнова Светлана Петровна**

Кандидат педагогических наук, Доцент

**Найденов Николай Дмитриевич**

Доктор экономических наук, Профессор

**Биймурсаева Бурулбубу Молдосалиевна**

Кандидат педагогических наук, Доцент

**Романова Ирина Валентиновна**

Кандидат экономических наук, Доцент

**Радкевич Михаил Михайлович**

Доктор технических наук, Профессор

**Хачатурова Карине Робертовна**

Кандидат педагогических наук

**Гуткевич Елена Владимировна**

Доктор медицинских наук

**Кадим Мундер Мулла**

Кандидат филологических наук, Доцент

**Матвеев Роман Сталинарьевич**

Доктор медицинских наук, Доцент

**Григорьев Михаил Федосеевич**

Кандидат сельскохозяйственных наук

**Аиранов Баходурджон Пулотович**

Кандидат филологических наук, Доцент

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>РАЗДЕЛ VII. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	8
<b>Абзалимова Р.Р.</b> Роль налоговых доходов в формировании бюджета Российской Федерации .....	8
<b>Акбашева Д.М., Аджиева А.А., Чагарова А.А.-А.</b> Роль коммерческих банков в финансовой системе РФ.....	10
<b>Акманова В.С.</b> Социальные сети, как способ привлечения нового трафика в центр детского развития.....	13
<b>Алаева Е.В., Плотникова Л.А.</b> Роль методологии контроллинга в достижении высокой эффективности управления предприятием .....	16
<b>Алексеева Е.В.</b> Условия трансформации экономической структуры макрорегиона.....	20
<b>Бетева А.А.</b> Борьба и поиск путей по снижению уровня бедности населения .....	24
<b>Бетева А.А.</b> Сущность и основные принципы менеджмента .....	26
<b>Бойко М.В., Ценина Е.В.</b> Генезис понятия «Интернет-торговля» и особенности закупочной деятельности в условиях цифровизации бизнес-процессов .....	29
<b>Боробов В.Н.</b> Роль иностранного капитала в развитии экономики современной России. ....	35
<b>Боробов В.Н.</b> Роль предпринимателя в социально-экономическом развитии страны.....	38
<b>Ван Д.</b> Формирование маркетинговой технологии продвижения на рынок продуктов питания .....	41
<b>Варфоломеева Е.Н.</b> Роль личных подсобных хозяйств в обеспечении продовольственной безопасности.....	44
<b>Гонтарь П.А.</b> Экономические особенности методики оценки эффективности системы управления предприятием в условиях геополитического давления.....	48
<b>Григорьева Д.Р. Салихова Г.Р.</b> Реализация рыночных отношений в строительстве .....	51
<b>Григорьева Д.Р., Мингазова А.А.</b> Проблемы и перспективы развития строительной отрасли в Российской Федерации .....	54
<b>Давыдова Е.В.</b> Использование молочных продуктов в спортивном питании.....	58
<b>Даниленко А.А.</b> Государственно-частное партнерство как механизм для реализации инфраструктурных проектов в регионах России .....	60
<b>Деева В.В., Плотников С.О., Деева А.В.</b> Циклы Китчина и сущность их проявления .....	64
<b>Кагарманова А.В.</b> Экономическая преступность как угроза экономической безопасности региона .....	67
<b>Катаев А.В.</b> К вопросу использования цифровых технологий на предприятиях различных отраслей народного хозяйства .....	70
<b>Клинская А.И.</b> Исследование рисков информационной безопасности, которые присущи некредитным финансовым организациям .....	73
<b>Коротынская С.В.</b> Совершенствование отдела снабжения логистики в нефтегазовой промышленности на примере ООО Сахалинская Энергия.....	77
<b>Кузьменко П.М.</b> Оптимизация структуры посевных площадей и ее влияние на ключевые параметры ценовой стратегии сельскохозяйственной организации.....	82
<b>Левен Я.Я., Бобровская Е.В.</b> Особенности современного состояния рынка хлеба.....	86

<b>Лузин К.А.</b> Современный механизм и критерии оценки бюджетных расходов.....	89
<b>Магомедова Н.М., Маколов А.А.</b> К вопросу корректировки механизма формирования маршрутов доставки грузов с учетом современных условий.....	92
<b>Мельчекова О.Г.</b> Управление инновационной деятельностью на предприятии: кадровый аспект .....	95
<b>Миненко А.В., Селиверстов М.В.</b> Оценка исполнения программных мероприятий по комплексному развитию сельских территорий в Приморском крае .....	99
<b>Миненко А.В., Селиверстов М.В.</b> Оценка реализации мероприятий по государственной поддержке малых форм хозяйствования и сельскохозяйственной кооперации в Алтайском крае .....	102
<b>Орлова Л. В., Колесников П.С.</b> Проблемы открытия и развития франшиз в России.....	105
<b>Островецкая Ю.А.</b> Цифровизация деятельности органов исполнительной власти.....	107
<b>Ошкордина А.А.</b> Современные тенденции развития санаторно-курортного комплекса в Свердловской области .....	110
<b>Плотников С.О., Деева В.В.</b> Технологии в корпоративном инновационном предпринимательстве .....	113
<b>Рахмеева И.И.</b> Фундаментальное экономического образование: взгляд региональных университетов.....	120
<b>Стукова Ю.Е., Александров Л.И., Гребенюк В.А., Восканянц Э.А.</b> Практическое применение факторного анализа рентабельности .....	123
<b>Сюй В.</b> Маркетинг туристских территорий в Китае .....	126
<b>Тихонов В.А., Шалина Д.С.</b> Анализ жизненного цикла, миссии и видения строительной компании на примере ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» в условиях динамичной экономики .....	131
<b>Тихонов В.А., Шалина Д.С.</b> Анализ финансово-хозяйственной деятельности строительной компании на примере ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» в условиях неопределенности.....	136
<b>Урусова А. Б., Урусова В.И.</b> Совершенствование финансовой обеспеченности местных бюджетов в современных экономических условиях .....	142
<b>Чечурина М. Н., Гапоненкова Н. Б., Минаева А. Р.</b> Определение инновационного потенциала предприятия на основе Excel-модели.....	145
<b>Чудинов О. О.</b> Роль корпораций в процессах социально-экономического развития регионов России.....	155
<b>Чумакова Н.В., Антоненко Е.А., Квасова В.А.</b> Применение метода цепных подстановок для расчета влияния факторов в детерминированных факторных моделях .....	158
<b>Чумакова Н.В., Кузьменко О.В., Рудская И.Б.</b> Роль анализа дебиторской и кредиторской задолженности в оценке ликвидности баланса организации .....	162
<b>Шакулов А.А.</b> Формирование государственного механизма стимулирования развития цифровой экономики .....	167
<b>Шишкова В.С., Рой К.А.</b> Проект создания утиной фермы в новых экономических реалиях .....	170
<b>РАЗДЕЛ VIII. ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ.....</b>	174
<b>Аслинессо Ё.</b> Великий Кир-защитник справедливости .....	174

<b>Батыров А.Б., Саньярова Р.Р.</b> Концепт «труд» и его отражение во фразеологизмах башкирского и туркменского языков.....	176
<b>Исянгулова Г.А., Акилова М.Ф.</b> О параметрических прилагательных йыуан “толстый” – нэзек “тонкий” в башкирском языке.....	179
<b>Кажарова И.А.</b> О структуре и аксиологическом подтексте мемуарных очерков С.Х. Сиюхова.....	183
<b>Кравец А.С.</b> Лингвокультурологический аспект креолизованных текстов на материале корейских вебтунов.....	186
<b>Лашина Е.Б.</b> Термины в микротекстах, описывающих место действия.....	190
<b>Маркарян Д.М.</b> К вопросу об особенностях перевода и адаптации корейской и международной рекламы.....	194
<b>Породин И.В.</b> Особенности взаимодействия рекламного и кино-дискурсов в контексте реализации персуазивной коммуникативной стратегии.....	198
<b>Рахимова Н.К.</b> Перевод как своеобразное связующее звено в таджикско-русских литературных взаимоотношениях.....	201
<b>Статник О.Г., Паюршина В.И.</b> Аудиосуфлирование как один из методов формирования иноязычной коммуникативной компетенции.....	204
<b>Стешина Е.Г., Стешин К.М.</b> Классические теории когнитивной лингвистики.....	207
<b>Тлисова С.М., Кулаева М.</b> Пословицы и поговорки на уроках иностранного языка.....	209
<b>Эшиев А. М.</b> Игра кочевников, бой на копьях в эпосе «Манас».....	212
<b>Steshin K.M., Milotaeva O.S.</b> Current trends in the development of the english language using the example of abbreviations.....	216

## РАЗДЕЛ VII. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Абзалимова Р.Р.

## Роль налоговых доходов в формировании бюджета Российской Федерации

Самарский государственный экономический университет

(Россия, Самара)

doi: 10.18411/trnio-10-2023-63

Научный руководитель: Мулендеева Л.Н.

**Аннотация**

Статья посвящена анализу налоговых поступлений, рассматривается их роль в формировании государственного бюджета. Анализируются виды налогов, рассматривается их классификация. Приводятся статистические данные о поступлении налогов в федеральный бюджет РФ в разрезе федеральных округов, а также структура налоговых поступлений. Оценивается роль налоговых доходов государства и рассматриваются сферы их влияния.

**Ключевые слова:** налог, государственный бюджет, экономика, доходы, финансирование, экономический рост, социальная защищенность населения, инвестиции, экономическая эффективность, виды налогов.

**Abstract**

The article is devoted to the analysis of tax revenues, their role in the formation of the state budget is considered. The types of taxes are analyzed and their classification is considered. Statistical data on tax revenues to the federal budget of the Russian Federation in the context of federal districts, as well as the structure of tax revenues, are provided. The role of state tax revenues is assessed and the spheres of their influence are considered.

**Keywords:** tax, state budget, economy, income, financing, economic growth, social protection of the population, investment, economic efficiency, types of taxes.

Современность данного вопроса заключается в том, что налоговые доходы в формировании государственного бюджета занимают ключевое звено, поскольку они, главным образом, являются основным источником финансирования бюджета страны. Налоги – это важная составляющая любого государства, без которой невозможно полноценное функционирование и развитие экономики.

Налоги – это безвозмездный, обязательный, индивидуальный платеж, имеющий регулярный характер. В Российской Федерации каждый гражданин, юридическое лицо обязаны уплачивать налоги в соответствии со своей деятельностью: платить налоги на прибыль, на имущество организаций, на доходы физических лиц, земельный налог, налог на игорный бизнес – это одни из примеров налогов, которые уплачивают разные категории лиц в соответствии со своим социальным или должностным статусом.

Налоги бывают разных видов. Самые распространенные из них с экономической точки зрения – прямые и косвенные. Но также выделяют следующие виды в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Виды налогов.

Виды налогов	Классификация
В зависимости от уровня бюджета	Закрепленные и регулирующие налоги
В зависимости от субъекта налогоплательщика	Налоги, взимаемые с юридических и физических лиц; смежные налоги
По срокам уплаты	Срочные налоги, периодически-календарные налоги
В зависимости от органа, устанавливающего налоги	Федеральные, региональные и местные
В зависимости от источника уплаты	Из личных доходов, из прибыли, из выручки, из заработной платы



<i>В зависимости от метода обложения</i>	<i>Прогрессивные, регрессивные, линейные, ступенчатые, твердые, пропорциональные</i>
<i>В зависимости от объекта обложения</i>	<i>Имущество, земля, капитал, рента</i>

Налоговые поступления позволяют государству осуществлять и реализовывать свои функции, цели и задачи. Формируя государственный бюджет, налоги участвуют в создании развивающейся и прогрессирующей экономики.

На рисунке 1 представлены данные о поступлении налогов и сборов и иных обязательных платежей в бюджет Российской Федерации по федеральным округам в 2021 году в соответствии с отчетностью Федеральной службы статистики (Росстат).

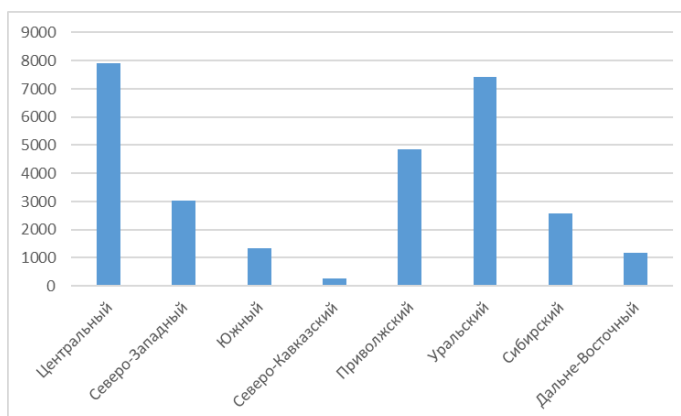


Рисунок 1. Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджет Российской Федерации по федеральным округам в 2021 году, млрд руб.

Таким образом, по рисунку 1 можно сделать вывод, что самым крупным налогоплательщиком по округам за 2021 год является Центральный округ. Это может быть связано с тем, что в Центральный округ входят самые густо населенные города: Москва, Санкт-Петербург, Рязань, Калуга и другие.

Налоги служат источником финансирования важных и неотъемлемых сфер государства: образования, науки, здравоохранения, обеспечение национальной безопасности, оборонной системы страны, искусства и многих других сфер деятельности. Налоги – это прочная финансовая база, создающая перспективные условия для роста экономики страны.

Налоги – это мощный инструмент, выполняющий регулирующую функцию. Налоги могут влиять и регулировать уровень спроса и предложения, сокращая и увеличивая их, устанавливая рыночное равновесие и влияя на свободное ценообразование, поднимая или снижая уровень производства. В сфере предпринимательства налоги регулируют финансовые потоки организаций, устанавливая процентную ставку для их выплат.

Влияние налоговых доходов в сфере экономики глобально – как минимум, при резких переменах в экономических показателях при помощи налогового инструмента можно создать «подушку безопасности» и предотвратить кризисы, например, в виде инфляции. Увеличение налогов – одна из эффективных мер в антиинфляционной политике, позволяющая смягчить падение экономики и дать стимул к восстановлению.

По данным Ассоциации менеджеров, за 2022 год из-за «санкционного года» налоговые отчисления, поступающие в бюджетную систему России, оказались выше на 17,7%, или на 5,05 трлн руб., достигнув 33,58 трлн руб.

Данные рисунка 2 свидетельствуют о том, что в структуре налоговых поступлений в федеральный бюджет РФ лидируют налог на прибыль и налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ). Можно объяснить это тем, что после введения санкций путь на российский рынок для большинства стран закрылся. Но некоторые иностранные компании сохранили с нашей страной сотрудничество. В условиях повышения цен на газ и нефть российские компании получили

прибыль больше, чем до санкционного времени. Отсюда положительная динамика их налоговых отчислений.

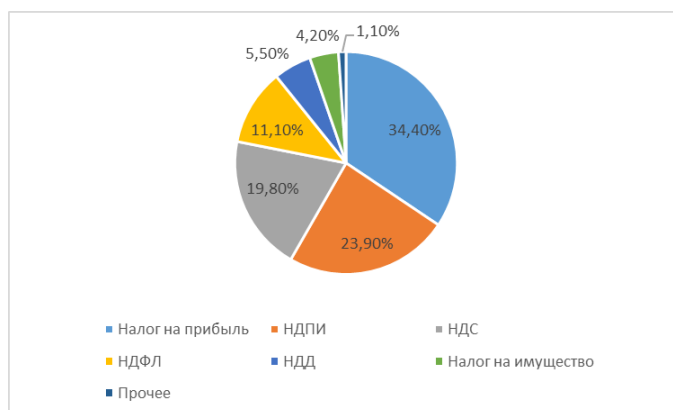


Рисунок 2. Структура налоговых поступлений в федеральный бюджет Российской Федерации в 2021 г.

Налоги служат хорошим источником финансирования оборонной системы страны, поскольку это перспективная и важная часть любого государства. Повышение качества оборонной системы будет благоприятно отражаться на дальнейшем развитии экономики.

Налоговые поступления помогают государству реализовывать социальную функцию, поскольку открывается возможность, например, воплощать государственные программы, направленные на социальную поддержку незащищенных слоёв населения. Эти программы позволяют улучшать благосостояние и качество жизни населения. Также государственные программы могут быть направлены на обустройство и улучшение жизни в рамках страны.

Также хочется отметить, что налоги – это резервный запас страны. Любая страна может столкнуться с экономическими кризисами, последствия которых порой нельзя предвидеть и оценить их урон по экономике. Поэтому налоговые поступления смогут помочь преодолеть негативные процессы и сохранить экономическую стойкость в периоды спада.

Таким образом, роль налоговых доходов в формировании бюджета Российской Федерации является колоссально важной и по своей значимости она распространяется на многие сферы. Правильная налоговая политика будет позволять государству осуществлять свои функции и обеспечить гражданам надежное и стабильное будущее, финансировать ведущие отрасли в стране, создавать прочную финансовую базу, которая даже в пике кризиса будет позволять сохранять экономическую стабильность.

\*\*\*

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный курс]. - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 17.09.2023).
2. Мулендеева Л.Н. Практика формирования программного бюджета на примере Самарской области // Экономические науки. 2015. № 128. С. 98-101.
3. Ефимова Е.Г, Поспелова Е.Б. Налоги и налогообложение // Учебное пособие. – М.: МИИР, 2014. – 235с
4. Мулендеева Л.Н. Особенности исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации в современных экономических условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 10 (216). С. 66-72.
5. Ассоциация менеджеров России [Электронный курс]. - Режим доступа: <https://amr.ru/> (дата обращения: 20.09.2023).

**Акбашева Д.М., Аджиева А.А., Чагарова А.А.-А.**  
**Роль коммерческих банков в финансовой системе РФ**

*Северо-Кавказская Государственная Академия  
 (Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-64

#### **Аннотация**

В данной статье определена роль коммерческих банков, приводится понятие коммерческого банка, их цель, базовый набор банковских операций, определены ресурсы

коммерческих банков, классификация банков по некоторым основаниям, а также меры для развития и поддержания банковского сектора экономики.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, финансовая система, банковская система, кредит, депозит, банковская операция, банковский сектор, уставный капитал, фонд.

### Abstract

This article defines the role of commercial banks, the notion of a commercial Bank, their purpose, basic banking operations, identified resources of commercial banks, classification of banks, for some reason, as well as measures for the development and maintenance of the banking sector.

**Keywords:** commercial Bank, financial system, banking system loan, Deposit, Bank operation, banking sector, equity capital, Fund.

В настоящее время роль коммерческих банков в финансовой системе РФ заметно возросла, они являются одним из основных звеньев современной экономики. Одну из актуальных тем в современной экономике (как отечественной, так и мировой) составляют вопросы функционирования коммерческого банка в целом как их организованной совокупности. Коммерческие банки, история развития и становления которых прослеживается с давних времён, являются одними из главных и обязательных элементов современной рыночной экономики.

Уровень развития банковской системы страны характеризует уровень развития экономики этой страны в целом. И проблемы, возникающие в данной сфере, носят государственный характер.

В настоящее время деятельность коммерческого банка состоит из выполнения более трёхсот видов различных банковских операций (например, операции с ценными бумагами, консалтинговые услуги и т.д.).

Его отношения с клиентами независимо от формы собственности (частной или государственной) строятся на коммерческой основе, то есть он предоставляет банковские услуги и продукты физическим и юридическим лицам на платной основе.

Причиной этого является ужесточение проводимой в отношении банковского сектора страны политики Центрального банка РФ. Получив полномочия мегарегулятора, он стал более тщательно осуществлять контроль и надзор за деятельностью коммерческих банков, что нашло выражение в отзыве у них лицензий, подтверждающих их право на совершение банковских операций.

Большинство российских коммерческих банков (более половины) сосредоточено в Центральном федеральном округе, лидерство которого, в первую очередь, обеспечено городом федерального значения Москва.

Основным аутсайдером по данному критерию является Дальневосточный федеральный округ, что является одной из серьёзных проблем для органов государственной власти с точки зрения стратегического развития территорий страны.

По мнению специалистов, актуальными проблемами банковского сектора Российской Федерации, которые прямо или косвенно влияют на текущее экономическое развитие страны, можно назвать:

1. нехватку высококвалифицированных и качественных банковских услуг;
2. снижение оперативного управления банковскими рисками
3. стремление коммерческих банков к максимизации дохода в ущерб своей финансовой устойчивости;
4. хроническое несоблюдение требований законодательства и нормативов и т.п [4].

Характерными чертами практически любого современного коммерческого банка можно считать то, что он обладает статусом юридического лица, выступает как самостоятельный хозяйствующий субъект и реализует на финансовом рынке посредническую деятельность.

Отталкиваясь от этих утверждений, сложилось представление о следующих основных функциях коммерческого банка:

1. аккумуляция временно свободных денежных ресурсов;
2. предоставление кредитов;
3. выпуск (эмиссия) кредитных денег;
4. осуществление расчётов и платежей по хозяйственным сделкам;
5. предоставление клиентам экономических рекомендаций и финансовой информации [2].

Коммерческий банк – это кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц [1].

Основная цель коммерческого банка заключается в том, чтобы получить прибыль от инвестирования средств вкладчиков посредством принятия на себя такой доли риска, которая не поставит под угрозу его способность отвечать по своим обязательствам. Но данная задача может стать невыполнимой.

Это возможно в следующих случаях:

- 1) когда объем кредитов, которые не могут быть возвращены банку, превышают максимально возможную величину. Данный случай именуется как кредитный риск;
- 2) когда вкладчики изымают свои вклады в массовом объеме – риск ликвидности;
- 3) когда неожиданно возрастают процентные ставки – риск процентной ставки.

На сегодняшний день, коммерческие банки готовы предложить более 200 видов услуг. Такой широкий спектр позволяет им сохранять клиентов и быть рентабельными.

Необходимо отметить, что существует определенный, базовый набор банковских операций, без которых невозможно образование и функционирование любого коммерческого банка:

- 1) прием депозитов;
- 2) выдача кредитов;
- 3) осуществление денежных платежей и расчетов.

Конечно же, коммерческие банки получают прибыль от проведения данных операций. Например, процентная ставка выдаваемых кредитов должна быть выше, чем ставка, которую банк платит по депозитам. Также банк может получить дополнительную прибыль, которая формируется в результате платежных услуг банка по предоставлению кредитов.

Формирование и развитие банковской системы определяет развитие государства в целом. Её практическая роль заключается в том, что большую часть своих коммерческих сделок она осуществляет через вклады, инвестиции, кредитные операции.

А также банки направляют личные сбережения к предприятиям и промышленным структурам. Несомненно, для проведения каких-либо операций, у банка должны быть ресурсы. К ресурсам банка можно отнести:

- 1) собственный капитал;
- 2) заемный капитал;
- 3) выпущенные фонды.

В РФ в зависимости от способа формирования уставного капитала можно выделить две основные группы банков: акционерные, паевые.

В зависимости от размера уставного капитала выделяют 3 группы банков: мелкие (до 30 млн. руб), средние (от 30 до 100 млн. руб) и крупные (свыше 100 млн.руб). Для того, чтобы банковская система развивалась, и появляющиеся проблемы разрешались, необходимо применение следующих мер:

- 1) укрепление банковского сектора, т.е. повышение стабильности банковской системы РФ, а также способность осуществлять финансовую поддержку российским производителям;
- 2) повышение капитализации банковской системы, а именно освобождение от налогообложения прибыли инвесторов, за счет которой формируется уставный капитал банков;
- 3) расширение государственных гарантий. Государственные гарантии имеют очень большую значимость для граждан. С помощью этих мер возможно повышение внутреннего спроса и снижение негативных социальных последствий;
- 4) повышение открытости банковской системы. Успех экономики будет прогрессировать в случае прозрачности и высокой эффективности банковского сектора [5].

Банковский сектор должен включать в себя любые виды банков, будь это крупные, региональные, средние, малые, а также банки, которые специализируются на определенных услугах. Самым лучшим будет считаться тот, который построен на принципах честной конкуренции, и он же будет эффективным инструментом для накопления инвестиционных ресурсов [3].

Применение вышеизложенных мер подтолкнет Россию к увеличению объемов прямых инвестиций в экономику, повысит стабильность доходов и благосостояния населения, а также для развития финансовых, банковских, страховых услуг на уровне международных стандартов.

Решением указанных проблем должны заниматься Правительство России и Центральный банк РФ. Ожидается, что в результате разработки и реализации ими соответствующей политики, будет повышена ресурсная база банковского сектора, снижены кредитные риски, усовершенствована система корпоративного управления банковской ликвидности, увеличен уровень капитализации коммерческих банков.

Таким образом, можно утверждать, что банковская деятельность образует основу для функционирования всей экономики. Коммерческие банки, занимая одно из главных мест в экономической сфере любого государства, непосредственно способствуют положительному развитию национального и мирового хозяйства.

\*\*\*

1. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности»
2. Ананьев Д.Н. «Банковский сектор России: итоги и перспективы развития» // Деньги и Кредит. – 2020. – №3
3. Дикарев А. Г. Конный туризм -перспективное направление развития коневодческой отрасли/А. Г. Дикарев, Т. В. Синецкая//Современные проблемы ветеринарии и животноводства: сборник статей по материалам III Международной научно-практической конференции 8–9 октября 2021 г. – Краснодар, 2022. – С. 249–254.
4. Дикарев, А.Г. Перспективное направление коневодства / А. Г. Дикарев // Научное обеспечение агропромышленного комплекса : сб. ст. по материалам 71-й науч. – практ. конф. преподавателей по итогам НИР за 2021 год / отв. за вып. А. Г. Коцаев. – Краснодар : КубГАУ, 2022. – С. 172 – 173.
5. Сырыгина Д.В. Совершенствование организации кормления спортивных лошадей / Д.В. Сырыгина, А.Г. Дикарев // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации : сб. ст. международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович. 2020. С. 73 – 75.

**Акманова В.С.**

**Социальные сети, как способ привлечения нового трафика в центр детского развития**

*Рязанский государственный университет им. С.А.Есенина  
(Россия, Рязань)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-65

#### **Аннотация**

В статье раскрываются особенности социальных сетей, определены этапы работы по продвижению в социальных сетях, даны рекомендации по составлению анализа целевой аудитории и аватара клиента, определены особенности написания контент-плана, дана

классификация типам и форматам контента в социальных сетях, даны рекомендации по настраиванию таргетированной рекламы

**Ключевые слова:** социальные сети, продвижение, центр детского развития.

### Abstract

The article reveals the features of social networks, defines the stages of work on promotion in social networks, gives recommendations for drawing up an analysis of the target audience and client avatar, identifies the features of writing a content plan, gives a classification of types and formats of content in social networks, gives recommendations for setting up targeted advertising

**Keywords:** social networks, promotion, child development center.

Актуальность вопроса продвижения центра детского развития в социальных сетях обусловлена высоким спросом на услуги подобных учреждений. Современный бизнес невозможно представить без использования социальных сетей для продвижения своего бренда товаров или услуг. Всё потому, что социальные сети стали являться неотъемлемой частью жизни людей. Ежедневно миллионы людей на планете пролистывают на своём смартфоне ленту новостей или смотрят забавные видео. В наши дни соц., сети являются одним из важных каналов продвижения. При использовании стратегии и грамотном ведении страниц компании, бренда они выступают эффективным средством для привлечения новых клиентов.

Рассмотрим данную проблему на примере центра детского развития. Компания «Дом и Дети» существует много лет и создала при помощи сарафанного радио вокруг себя положительный имидж. Когда социальные сети начали активно входить в нашу жизнь, появилась необходимость соответствовать новым тенденциям и использовать данный канал продвижения. Перед компанией стояла задача передать свои уже существующие и закрепившиеся у клиентов ценности на свои страницы в социальные сети и увеличить количество своих клиентов. Первым делом в такой ситуации необходимо привлечь специалиста по соц., сетям - SMM менеджера, который будет отвечать за стратегию, контент, копирайтинг, за коммуникацию с подписчиками, а также быстро реагировать на ,возможные, негативные отзывы. Для того, чтобы начать работу нужно выстроить стратегию. Работа начинается с определения цели и задач. Целью компании «Дом и Дети» было - за пол года с помощью социальных сетей привлечь 50 новых клиентов. Важно понимать, что 50 клиентов не равно 50 подписчиков. Их может быть 1000, но придут и запишутся на занятия 50 из них. Из цели далее и следуют задачи по достижению этих новых клиентов. При составлении задач необходимо определить:

- Регулярность публикаций контента
- Нужные показатели статистики
- Способы увеличения охвата и узнаваемости. Сюда относится: таргетированная реклама, реклама в личных блогах у блогеров и компаний, рассылка.

После того, как мы прописали цель и задачи приступаем к очень важному пункту - анализ целевой аудитории. Потому что продвижение в социальных сетях, это на сто процентов работа с аудиторией. Чтобы составить портрет целевой компании «Дом и Дети» нам потребовались результаты опросов клиентов. В компании регулярно проводится анкетирование среди родителей детей посещающих детский центр.

С помощью анкетирования можно узнать численность семьи, район проживания, контактные данные и любую другую информацию.

Базовый анализ целевой аудитории включает:

- пол
- возраст
- семейное положение
- образование
- геолокацию



Целевой аудиторией детского развивающего центра являются различные группы людей, которые нацелены на творческое и интеллектуальное развитие своих детей. Целевая аудитория компании «Дом и Дети» представлена родителями детей дошкольного возраста.

Также для более глубокой проработки аудитории можно составить аватар клиента. Аватар клиента - это детальный образ, содержащий наиболее проявленные общие черты отдельных ярких групп среди целевой аудитории, который необходим, чтобы выявлять общие проблемы и мечты клиентов, создавать для них идеальные решения и продавать их на высоком уровне.

С помощью анализа целевой аудитории Вы превращаете безликую толпу клиентов в конкретного человека со своими требованиями и ожиданиями. Благодаря чему контент в социальных сетях становится более конкретными, адресными.

Следующим шагом в составлении стратегии является написание контент-плана для соц., сетей. Обычно такой план составляется в электронном формате виде таблицы. Где прописывается дата, тема и тип контента. Так же в такой таблице можно собирать статистические данные после публикации каждого поста. Это делается для того, чтобы проанализировать реакцию аудитории на опубликованный материал, какой тип контента больше нравится подписчикам. Всего есть три типа контента: информационный, развлекательный, рекламный.

Нами была выбрана ежедневная публикация контента в социальную сеть Вконтакте. Контент-план был составлен с учетом анализа целевой аудитории, их потребностями, болями, желаниями, мечтами. В плане использовались все три существующих типа контента. Но основным типом являлся развлекательный, так как социальные сети, первую очередь, это развлекательные площадки, созданные для проведения досуга. Развлекательным контентом являлись различные видеуроки, чем заняться с ребенком дома, подборки семейных фильмов, а так же детских мультфильмов, сезонные чек-листы «что успеть сделать за осень/зиму/весну/лето», полезные статьи по воспитанию детей и другие. Информационным контентом в социальных сетях «Дом и Дети» выступали посты об окончании ремонта бассейна, победителях и наградах детей в различных конкурсах и другие. Рекламным контентом являлись публикации об открытии новых направлений в детском центре, а также об уже существующих студиях с целью дополнительного набора детей в них.

Нужно хорошо знать своих потенциальных клиентов, чтобы в момент публикации или запуска рекламы Вы могли представить конкретных людей, которые Вас увидят. Будет это фото, текст и таргетинг. В противном случае все силы будут напрасны. Пример: компания «Дом и Дети» хотела продвинуть и привлечь клиентов в студию английского языка для детей от 5 до 12 лет. Для этого была настроена таргетированная реклама в социальной сети Вконтакте. Важно помнить, что рекламу нужно настраивать на родителей этих детей, на тех, кто сможет прийти и оплатить занятия для своего чада. Дополнительно нами был создан аватар клиента им была женщина от 25 до 45 лет. Затем в рекламном кабинете путем настроек мы заполняем все критерии согласно аватару. А также зная боли клиента мы создаем 2-3 креатива на таргетированную рекламу. При создании креатива желательно обращать внимание именно на «боль». В нашем случае они были такими : «хочу, чтобы ребенок в будущем получил престижное образование за границей», «ребенок мечтает говорить на двух языках», «у ребенка двойка по английскому языку в школе». Зная боли клиента мы можем предложить ему решение проблемы. Путем создания текстового сообщения на изображении, которое будем использовать в таргетированной рекламе.

Благодаря данной рекламной компании за 1 месяц было привлечено 12 новых учеников. Результат считается положительным, было набрано две группы учеников по 6 в каждой.

Как уже упоминалось выше, привлечь новых клиентов можно не только с помощью платных вариантов продвижения, но и с помощью бесплатных - контента. Всего существует четыре основных формата контента:

- изображения и фотографии
- видеозаписи

- текст
- аудиозаписи

При выборе формата контента нужно учитывать особенности социальной сети, на которой он публикуется. Для продвижения центра детского развития «Дом и Дети» была выбрана площадка Вконтакте. Считается, что пользователи данной социальной сети люди любящие читать. Поэтому необходимо делать упор на формат статей и текстовых постов. Конечно не стоит забывать, что любые социальные сети являются визуальными площадками. Это значит, что пользователи считывают информацию сначала с изображения прикрепленного к посту, и если оно привлекло их внимание, то поднимают свой взгляд выше и прочитывают основное сообщение - текст.

Поэтому публикуемые статьи лучше сопровождать подходящим изображением или видео, но также использовать все формы контента, что позволит внести разнообразие в содержание сообщества и не дать заскучать читателям.

Текст информировал о мастер классе проходящем в детском центре. Для того, чтобы привлечь внимание пользователя социальной сети использовалось изображение с кратким и главным содержанием текста, на которое человек обратит внимание в первую очередь.

Также с помощью формата и типа контента можно формировать стиль компании, передавать её ценности. Здесь необходимо использовать фирменные цвета, если они есть, слоганы, логотип. Ценности компании «Дом и Дети» были следующие: семья, развитие, доброжелательность, теплота, уют и другие.

Таким образом, социальные сети являются мощным каналом продвижения услуг или товаров компаний при правильном построении стратегии. Результат будет зависеть от поставленной цели, задач, выбранных каналов и инструментов рекламирования в соц., сетях. Конкуренция с каждым днём становится всё больше, поэтому необходимо производить современный, трендовый контент, при этом важно помнить, публикации должны откликаться аудитории компании и соответствовать ее интересам, вкусам. Стоит учитывать музыкальные предпочтения, информационные и даже цветовые. При соблюдении всех правил результат не заставит себя долго ждать и компания привлечет себе новых клиентов.

\*\*\*

1. Блог о маркетинге в социальных сетях. Виды контента в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <https://smmplanner.com/blog/vidy-kontenta-sistemiziruj-eto/>
2. Группа Вконтакте Центра Детского развития «Дом и Дети» <https://vk.com/domideti>
3. Ежедневное деловое издание для управленцев. Целевая аудитория: как создавать аватары пользователей. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.e-executive.ru/management/marketing/1990229-kak-sozdavat-avatory-polzovatelei?utm\\_campaign=1699&utm\\_medium=executive-ru-weekly&utm\\_source=email](https://www.e-executive.ru/management/marketing/1990229-kak-sozdavat-avatory-polzovatelei?utm_campaign=1699&utm_medium=executive-ru-weekly&utm_source=email)
4. Официальный сайт Центра Детского развития «Дом и Дети» <https://домидети.рф/>
5. Статья 18.1. Реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/092e570d75c4cbeaba90b9e7274c408f331aaeeb/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/092e570d75c4cbeaba90b9e7274c408f331aaeeb/)

**Алаева Е.В., Плотникова Л.А.**

**Роль методологии контроллинга в достижении высокой эффективности управления предприятием**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет  
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-66

**Аннотация**

Одним из относительно новых экономических инструментов для организаций, используемых в управлении, является контроллинг. Возникновение контроллинга было обусловлено интеграцией экономики страны в международное экономическое сообщество, приведением отечественных правил ведения бизнеса в соответствие с международными требованиями, реформированием систем учета и отчетности и в целом гармонизацией



национальной экономики с экономиками развитых стран. Неизбежным следствием «относительной новизны» контроллинга является его методология, не до конца устоявшаяся на сегодняшний момент и оказывающая большое влияние на уровень эффективности системы управления.

**Ключевые слова:** контроллинг, методология, комплекс, инструмент, задачи контроллинга.

### Abstract

One of the relatively new economic tools for organizations used in management is controlling. The emergence of controlling was due to the integration of the country's economy into the international economic community, bringing domestic business rules into line with international requirements, reforming accounting and reporting systems, and generally harmonizing the national economy with the economies of developed countries. An inevitable consequence of the “relative novelty” of controlling is its methodology, which is not fully established at the moment and has a great influence on the level of efficiency of the management system.

**Keywords:** controlling, methodology, complex, tool, controlling tasks.

В условиях современной быстроразвивающейся экономики предприятия нередко сталкиваются с проблемами проявления негативных тенденций в финансовой сфере, что ведет к ухудшению финансового состояния и финансовых результатов деятельности. В целях повышения качества финансового управления и недопущения кризисных ситуаций целесообразно использовать такой инструмент управления, как контроллинг затрат и результатов деятельности предприятия, который помогает координировать работу функциональных подразделений предприятия и оказывает информационно-аналитическую поддержку руководству необходимую при принятии решений в сфере финансов.

В настоящее время контроллингом считается комплекс систем управления организацией, направленный на координирование взаимодействий систем управления, контроля эффективности и результатов внутрихозяйственной деятельности организации. Контроллинг обеспечивает контрольно-информационную поддержку и анализ решений при управлении организацией. Успешный контроллинг включает в себя управление рисками, системы снабжения информацией, управление системой реализации оперативного, тактического и стратегического планирования, а также систему управления качеством [2, с.25].

Внедрение контроллинга на предприятиях дает возможность в несколько раз повысить качество управления затратами и улучшить финансовые результаты деятельности предприятия. Однако на российских предприятиях, в отличие от зарубежных, финансовый контроллинг внедряется крайне медленно и его возможности используются мало, в том числе в связи с недостаточностью разработанности организационно-методических аспектов.

Общие методологические основы контроллинга определяются теорией и методологией управленческого анализа.

Если рассматривать управленческий анализ как часть комплексного анализа ФХД предприятия, и подсистемы управления, которая включает в себя совокупность форм и методов планирования, анализа и контроля, то стоит говорить о том, что управленческий анализ призван разбивать результаты функционирования предприятия относительно ее отдельных подразделений и направлений деятельности, а также элементов производства для экономического обоснования планов и прогнозов развития.

Контроллинг – это одновременно и контроль, и учет, и анализ, и методология, и управленческий сервис. Его компаративность состоит в том, что он эффективнее и шире, чем каждая из перечисленных функций. Разделение этих свойств недопустимо, потому что только синергизм обеспечивает эффективность хозяйственной деятельности и увеличение рыночной стоимости бизнеса [1, с.57].

Данное явление в полной мере соответствует предназначению и сущности контроллинга, позволяя определить управленческий анализ как методологическую базу для разработки методологии самого контроллинга.

Внутренний анализ (управленческий) конкретизирует результаты внешнего (финансового) анализа, используя для этой цели все виды учетных и аналитических данных, тем самым создает основу для создания системы контроллинга.

Стоит так же отметить тот факт, что необходимые для системы контроллинга информационные потоки выстраиваются, опираясь на существующую организационную структуру предприятия и наличие специально созданных центров ответственности.

Изложенное позволяет конкретизировать методологическую роль и задачи контроллинга в системе управления предприятием. Необходимо учитывать взаимосвязь стратегического и оперативного контроллинга.

Из этого его методологическую роль в системе управления предприятием можно выразить как обеспечение интеграции стратегических и оперативных подсистем и методов управления предприятием.

Роль контроллинга находит отражение в его задачах, которые связаны с изучением процессов управления прибылью предприятия, предупреждением развития кризисных ситуаций, анализа комплекса вопросов, связанных с процессом реализации целей оперативной и стратегической деятельности предприятия. К таким целям могут относиться: планирование, бюджетирование, управленческий учет, анализ и контроль отклонений фактических результатов от их плановых показателей и т.п.

Реализация контроллинга в полной мере возможна посредством учета всех специфичных для него функций.

Функции контроллинга неотрывно связаны с его местом в системе управления предприятием как экономическим инструментом, который формирует целостную интегрированную систему управленческого учета и анализа.

По сути, каждая из функций, которая выполняется подсистемами управления, в той или иной степени может быть соотнесена с функциями контроллинга.

Можно выделить следующие наиболее важные функции контроллинга:

- методологическая функция, которая проявляется в разработке системы ключевых показателей эффективности деятельности предприятия, методологии планирования, анализа и учета, участия в формировании учетной политики [5, с.92], системы материального стимулирования;
- сервисная функция контроллинга может быть определена его основной целью ориентацией управленческого процесса на достижение целей развития организации и проявляется в обслуживании подсистем управления для координации задач, реализуемых при планировании, учете, контроле и анализе;
- информационная функция заключается в обеспечении подсистем управления организацией достоверной и своевременной информацией о степени реализации поставленных задач, соотношении заданных плановых и нормативных показателей с фактически сложившимися, в том числе об отклонениях, выявленных в ходе учета;
- аналитическая функция контроллинга в отличие от анализа как такового, состоит не только в выявлении отклонений достигнутых параметров деятельности организации от заданных и анализе причин, их вызвавших, но и в разработке конкретных рекомендаций по устранению этих причин;
- контрольная функция состоит в обеспечении достоверности учетных данных, не подменяя собственно учет и ревизию;
- управляющая функция контроллинга, вытекающая из его сервисной функции, заключается в том, что с помощью контроллинга и на основе анализа результатов его использования в качестве экономического инструмента

рыночного саморегулирования организации разрабатываются и реализуются необходимые меры по корректировке целей стратегического развития и тактических задач ее деятельности.

Функции контроллинга реализуются на основе системы соответствующих методов. Существенная особенность контроллинга – использование как общенаучных (дедукция, индукция, анализ, синтез, абстрагирование, моделирование и т.д.) методов, так и общих методов экономического анализа, которые можно поделить на три, наиболее существенные, группы: методы моделирования, экономико-математические методы, методы факторного анализа.

В состав методов факторного анализа можно отнести балансовый, индексный, цепных постановок, относительных, абсолютных разниц, интегральный, дифференцирования.

К числу экономико-математических методов относятся методы элементарной математики, методы математической статистики, классические методы математического анализа, эконометрические методы, математическая теория оптимальных процессов и т.п.

Одним из методов экономических исследований является моделирование, так как с его помощью реализуется функциональное назначение экономической науки, связанное с такими тезисами, как «объяснить», «предсказать», «рекомендовать», «описать» законы экономики [4, с. 135].

В таблице 1 представлены модели методов моделирования.

Таблица 1

*Сравнительная характеристика моделей методов моделирования.*

<i>Название модели</i>	<i>Характеристика модели</i>
<i>Дескриптивные</i>	<i>Модели описательного характера, которые основаны на использовании информации, содержащейся прежде всего в бухгалтерской отчетности</i>
<i>Предикативные</i>	<i>Модели предсказательного, прогностического характера, которые применяются для прогнозирования доходов организации и ее будущего финансового состояния</i>
<i>Нормативные</i>	<i>Модели сравнения фактических результатов с ожидаемыми бюджетными</i>

Перечисленные методы при контроллинге являются вспомогательными и второстепенными, поскольку используются на предшествующих созданию системы контроллинга стадиях анализа, планирования, учета и контроля.

Продуктивность контроллинга возможно достичь при помощи правильного конструирования на практике его организационно-методического контура, когда реализуются и методологические, и организационные принципы контроллинга. Адекватность требованиям рыночной экономики будет достигнута в случае правильности конструирования данного механизма.

Таким образом, планирование, контроль, анализ, учет – это не столько составные части (подсистемы) контроллинга, сколько инструментальные области и организационные механизмы, на основе информации которых реализуется функция контроллинга на предприятии. Система контроллинга в свою очередь использует данные приемы в своей деятельности и управляет информацией или результатами, которые были сформированы в ходе реализации на предприятии соответствующих функций управления. Сущность контроллинга определяется в том, чтобы интегрировать воедино данные информационные потоки и на основе их координации осуществлять определение направления воздействия на внутреннюю и внешнюю среду для достижения поставленных целей и своевременного осведомления лиц, которые принимают управленческие решения.

Можно говорить о том, что на каждом предприятии, где присутствует система управления с элементами достижения ее желаемого состояния, существуют те или иные элементы контроллинга, но по причине отсутствия взаимосвязи между ними отсутствует и сама система контроллинга на предприятии.

Так, концепция контроллинга, которая направлена на объединение системы учета, планирования, контроля и анализа, и на построение системы качественного управления

предприятием, может считаться тем организационно-методическим обеспечением, с помощью которого осуществляется координация управленческой системы предприятия.

\*\*\*

1. Балабанович О. Контроллинг и система управления предприятием: теория и методология // Наука и инновации. - 2020. № 1 (203). С. 55-59.
2. Иванова В. Д. Анализ системы контроллинга в организации // Наука, образование и культура. - 2019. - №11. - С. 25-30.
3. Контроллинг как современный метод управления субъектами различных сфер деятельности / Р.В. Нагуманова, А.И. Сабирова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 82 с.
4. Орлова А.В. Методы моделирования в экономических исследованиях и возможности их применения на практике // Теория и практика современной науки. – 2019. - №10(52). – С.135-140.
5. Плотникова Л.А., Давлетова Г.Р. Организация системы внутреннего контроля как элемента учетной политики / Казанский экономический вестник. 2017, № 3(29). - с.92-100.

**Алексеева Е.В.**

**Условия трансформации экономической структуры макрорегиона**

*УрГЭУ*

*(Россия, Екатеринбург)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-67*

#### **Аннотация**

Трансформация экономической структуры Уральского макрорегиона зависит от множества факторов, включая географическое положение, ресурсную базу, инфраструктуру, социальные и экономические условия. Чтобы успешно реализовать процесс трансформации, необходимо учитывать условия, перечисленные далее. Важно отметить, что трансформация экономической структуры — это долгосрочный процесс, требующий координации усилий многих сторон и адаптации к изменяющимся условиям, как на региональном, так и на глобальном уровне в условиях новой политической реальности.

**Ключевые слова:** трансформация; структура; условия; промышленность.

#### **Abstract**

The transformation of the economic structure of the Ural macroregion depends on many factors, including geographical location, resource base, infrastructure, social and economic conditions. To successfully implement the transformation process, it is necessary to take into account the conditions listed below. It is important to note that the transformation of the economic structure is a long-term process that requires coordination of efforts of many parties and adaptation to changing conditions, both at the regional and global levels in the context of a new political reality.

**Keywords:** transformation; structure; conditions; industry.

Уральский макрорегион включает в себя семь традиционно промышленных регионов, которые выступали «опорным краем» страны на протяжении нескольких веков. Для сохранения своих лидерских позиций в области производственной и инновационной деятельности уральские регионы продолжают свой трансформационный путь [2].

Трансформация экономической структуры Уральского макрорегиона определяется несколькими факторами и условиями. Ниже приведены некоторые из них.

Развитие новых отраслей: для ускорения экономической динамики региона необходимо уделять внимание развитию новых отраслей экономики, таких как информационные технологии, высокие технологии, инновационные производства и услуги. Создание инновационных кластеров и поддержка стартапов может способствовать росту этих отраслей.

Цифровизация производства: цифровизация производства может иметь много положительных эффектов, включая улучшение эффективности, сокращение времени производства и улучшение качества продукции. Автоматизация производственных процессов, внедрение системы интернет вещей и другие цифровые технологии могут помочь

предприятиям снизить затраты на производство и сохранить конкурентоспособность. В создании цифровой экономики заложен значительный потенциал для запуска механизма нового индустриального развития страны и улучшения качества жизни населения региона [3].

Развитие человеческого потенциала: необходимо улучшить системы образования и подготовки кадров, чтобы обеспечить наличие высококвалифицированных специалистов в новых отраслях экономики. Также важно поддерживать научные исследования и разработки, чтобы стимулировать инновационное развитие региона. В университетах присутствует специальность 27.03.05 «Инноватика», студенты которой изучают комплекс дисциплин в сфере техники и технологий, экономики и права. Такая образовательная программа базируется на освоении знаний, приобретении навыков и формировании профессиональных технико-экономических и организационно-правовых компетенций.

Среди прочих, эти условия помогут нашей области достичь более устойчивой и конкурентоспособной экономической структуры, основанной на инновациях, разнообразии производства и развитии человеческого потенциала. В контексте обеспечения устойчивого развития Уральского макрорегиона можно выделить несколько перспективных отраслей, которые имеют потенциал для развития:

Инновационные технологии и инженерия. Уральский макрорегион известен своими научно-техническими разработками и инженерными предприятиями. Развитие сферы инноваций и технологических стартапов может привести к созданию новых высокотехнологичных предприятий и привлечению инвестиций.

Экологически «чистые» технологии и альтернативная энергетика. В условиях глобального изменения климата и растущей экологической осознанности развитие экологически чистых технологий и альтернативных источников энергии становится все более актуальным. Предприятия и органы МСУ могут сосредоточиться на разработке новых решений в области экологии и внедрении энергосберегающих технологий.

В целом, развитие новых отраслей в Уральском макрорегионе требует поддержки со стороны государства, привлечения инвестиций и создания благоприятных условий для развития бизнеса. Кроме того, всегда важно учитывать историческую особенность региона, его потенциал и конкурентное преимущество, чтобы успешно развивать новые отрасли и укрепить экономику региона.

Индивидуальные приоритеты, а также собственные механизмы промышленной политики особенно важны для индустриально развитого Уральского макрорегиона, которые вносят заметный вклад в обеспечение общего экономического роста [5]. В настоящее время Уральский макрорегион вносит около 10% в суммарный ВВП России.

В Свердловской и Челябинской областях пошли в рост промышленные кластеры, индустриальные и технопарки. Примечательно, что они все чаще базируются на действующих промплощадках, в том числе на предприятиях ОПК, что решает проблему диверсификации. В кооперации крупного бизнеса и субъектов местного самоуправления можно увидеть немало плюсов.

Развитие промышленного сектора в Уральском макрорегионе до 2025 года предполагает также и территориальную трансформацию. Площадь промзон может увеличиться на 3,5 тысячи гектаров. Уже сегодня свыше 600 гектаров активно осваиваются - это площадки, на которых разворачивается высокотехнологичная промышленность.

В столице Свердловской области уже есть промышленные кластеры - приборостроительный, биомедицинский и кластер малой энергетики и машиностроения, а также технопарки и индустриальные парки (парк высоких технологий «Университетский», «Академический», «Про-бизнес-парк» и другие). Заводы, у которых порой простаивают обширные площади, готовы предоставлять малым инновационным компаниям не только свободные цеха, но и оборудование для работы

Роль малого и среднего бизнеса в инновационном развитии недооценена. Плюсы малого и среднего бизнеса - клиентоориентированность, маркетинговая гибкость, минусы - низкая финансовая емкость и техническая оснащенность. Но кооперация с крупными компаниями

позволит использовать плюсы и нивелировать минусы. Примером такого бизнеса может служить ООО «Лаборатория будущего». Данное малое предприятие, занимающееся разработкой решений в области робототехники и автоматизации, выпускает комплекс, позволяющий проводить мониторинг, техническое обслуживание и локальный ремонт без отключения электрических линий под напряжением, сохраняя стабильное электроснабжение потребителей и при этом не подвергая риску персонал. В Свердловской области находится 178 компаний-резидентов «Сколково» и среди них 8 предприятий, занимающихся аддитивными технологиями. Например, цель компании «АДИРУТ» - налаживание в России собственного производства аддитивного оборудования, разработанного на базе собственных изобретений и ноу-хау, которое превосходит по техническим возможностям западное аддитивное оборудование. Технологическая направленность данного проекта связана с решением проблемы использования дешевого сырья, из которого можно создать детали, превосходящие по прочности детали, созданные методом деформации.

К промышленным роботам относят автономные устройства, состоящие из механического манипулятора и перепрограммируемой системы управления, которые применяются для перемещения объектов в пространстве и для выполнения различных производственных процессов. В Челябинской области в обучении студентов используется робот-сварщика, которого научили учитывать дефекты при работе. Челябинский «Завод роботов», который на базе Челябинского кузнечно-прессового завода реализует проект первого в России производства промышленных роботов-манипуляторов, представил в 2023 г. серийные модели. До начала СВО в РФ поставляли роботов мировые лидеры в промышленной автоматизации — японские компании FANUC и KUKA. Но в начале 2023 г. Япония прекратила поставки оборудования, а Китаю – ведущему партнеру РФ, пока не удастся наладить производство качественных промышленных роботов. В 2022 г. был представлен первый образец робота-манипулятора, который поднимал 120 кг., что может заменить труд восьми человек.

Многие промышленные «киты» уже оценили перспективу создания и развития технопарков, причем среди них немало оборонных предприятий. Создание и развитие технопарков помогает им решить поставленную президентом задачу увеличения доли гражданской продукции к 2030 г. «Мирные» заводы, у которых порой простаивают обширные площади, тоже готовы предоставлять малым инновационным компаниям не только свободные цеха, но и оборудование для работы.

Разнообразие производственной базы Уральского макрорегиона является важным фактором для устойчивого развития экономики и повышения жизненного уровня населения. В текущей ситуации, когда в мире происходят быстрые изменения, включая технологические и экономические, разнообразие производственной базы поможет региону адаптироваться к новым требованиям и реагировать на изменения внешней среды. Также у региона, несмотря на изменения должна сохраняться специализация. В связи с промышленной специализацией основных частей Уральского макрорегиона ставится ориентир на развитие высокотехнологичного промышленного производства и развитие видов экономической деятельности, связанных с «цифровой экономикой» [4]. В связи внешнеполитическими целями РФ, необходимо обратить внимание на сектор новых производств и новых технологий. Беспилотные летательные аппараты (БПЛА) представляют собой разновидность летательного аппарата, управление которым производится дистанционно. Кроме военных целей такие аппараты используются широко и в промышленности. Среди наших представителей в этой отрасли – НПК «Энергетические системы и компоненты», объявившие летом 2023 г. о начале выпуска БПЛА при поддержке Агентства по привлечению инвестиций. Данное производство размещено в границах территории опережающего социально-экономического развития «Лесной», что не только повысит количество рабочих мест на территории, но и позволит пользоваться компании особыми налоговыми преференциями.

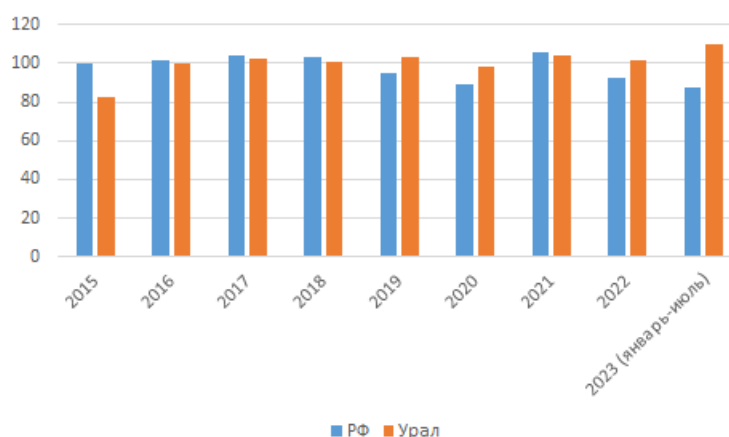


Рисунок 1. Индекс промышленного производства в РФ и регионах Уральского макрорегиона, в процентах к предыдущему году [1].

Согласно рисунку 1 можно сделать вывод что промышленность Уральского макрорегиона оказывает определяющее воздействие на социально-экономическое состояние не только региона, но и РФ в целом.

Кроме того, важно развивать новые перспективные отрасли, которые могут стать дополнительным источником дохода для региона. Например, развитие энергетического сектора, включая возобновляемые источники энергии, может создать новые рабочие места и улучшить экологическую ситуацию в регионе. Также следует обратить внимание на развитие инновационных технологий, информационных технологий и сферы услуг.

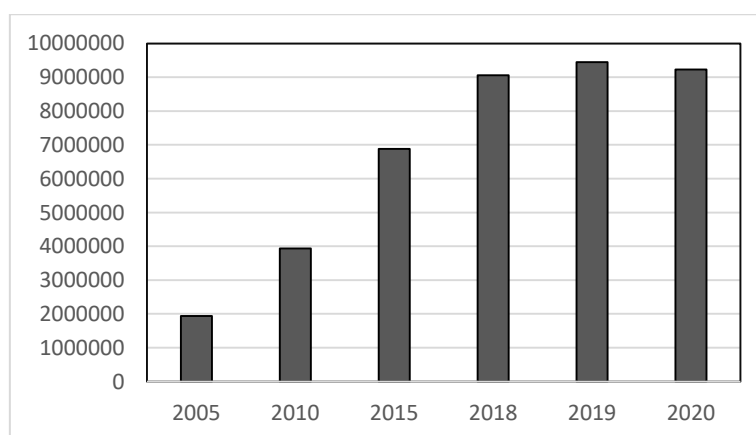


Рисунок 2. Динамика ВРП Уральского макрорегиона, млн. руб.

Динамика потребления топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) в Уральском макрорегионе с начала XIX в. постепенно снижается. Данное снижение непосредственно отражается на валовом региональном продукте (ВРП), который является одним из индикаторов состояния экономики Уральского макрорегиона (рисунок 2). Энергоемкость ВРП измеряется как отношение суммарного энергопотребления региона к величине ВРП и позволяет оценить уровень развития экономики региона. Основной объем валового регионального продукта Уральского макрорегиона традиционно формируется в промышленном секторе экономики за счет Свердловской и Челябинской областей.

По итогам 2021 года суммарное потребление топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) по видам экономической деятельности сократилось на 0,4 %. Это свидетельствует об эффективности производств, то есть продукция производится с меньшим потреблением ТЭР.

Внутренние текущие затраты на научные исследования в РФ составляют 223 093 млн. руб. В Уральском макрорегионе – 10 411 млн. руб., что является 4% от общего числа по стране. Например, авторство 6 % разработанных передовых технологий приходится на Свердловскую область [1]. Уровень инновационной активности в Уральском макрорегионе выше чем по



стране – 13,7 против 11,9 в РФ. Разнообразие производственной базы Уральского макрорегиона будет способствовать экономическому росту, сокращению зависимости от отдельных отраслей и повышению стабильности экономики региона.

В настоящее время производство наноматериалов представляет собой еще одно направление становления важного сегмента экономики Свердловской области. Объектами нанотехнологий на микроуровне являются: наночастицы и нанопрошки, нанотрубки и нановолокна, нанопленки.

В промышленности Урала активно внедряются новые технологии производства и автоматизации, такие как цифровизация производственных процессов, применение робототехники и искусственного интеллекта, использование современных методов анализа данных и управления производством.

В энергетике Урала осуществляется модернизация и внедрение новых технологий для повышения энергоэффективности и экологической безопасности, таких как использование возобновляемых источников энергии, установка энергосберегающего оборудования и системы мониторинга.

В целом, внедрение новых технологий в Уральском макрорегионе помогает повышать конкурентоспособность региона, улучшать качество жизни населения, решать социально-экономические задачи и создавать благоприятные условия для инновационного развития.

\*\*\*

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. М., 2022. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>
2. Рахмеева И.И., Лысенко А.Н. Сравнительный уровень цифровизации уральских регионов. Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 96-99.
3. Силин Я. П., Анимица Е. Г. Контуры формирования цифровой экономики в России // Известия Уральского государственного экономического университета. 2018. Т. 19. № 3. С. 18–25.
4. Силин Я.П., Анимица Е.Г., Новикова Н.В. Уральский макрорегион: большие циклы индустриализации. Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2029. 371 с.
5. Романова О.А., Стариков Е.Н. Формирование и практика реализации промышленной политики на среднем Урале. Вестник алтайской науки. 2015. № 3-4 (25-26). С. 476-486.

**Бетева А.А.**

### **Борьба и поиск путей по снижению уровня бедности населения**

*Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова  
(Россия, Владикавказ)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-68*

#### **Аннотация**

В данной статье рассматривается такая социально-экономическая категория как уровень бедности. Несомненно, в условиях современно развивающихся отношений, к сожалению, данный термин все также не теряет свою актуальность и требует дальнейшего изучения с целью выявления основных методик по устранению данной категории.

**Ключевые слова:** бедность, нищета, социально-экономическое развитие, экономика, трудоспособное население.

#### **Abstract**

This article examines such a socio-economic category as the level of poverty. Undoubtedly, in the conditions of modern developing relations, unfortunately, this term still does not lose its relevance and requires further study in order to identify the main methods for eliminating this category.

**Keywords:** poverty, poverty, socio-economic development, economy, able-bodied population.

Проблема бедности населения играет весьма важную роль как в экономике России, так и на мировом масштабе.



Несомненно, данная тема является довольно актуальной практически для любой страны, в связи с чем и обсуждаются вопросы, касаемо методов снижения уровня бедности в той или иной стране с выявлением ее основных векторов развития.

В целом границы бедности размыты и находятся в прямой зависимости от множества факторов.

Отметим, что в экономике Российской Федерации в вопросах выявления уровня бедности населения выступает значение показателя ниже прожиточного минимума установленного в стране Правительством РФ.

В нашей стране данный прожиточный минимум на душу населения по данным за 2023 год составляет 14375 руб., что на 2425 руб. выше по сравнению с 2022 годом с показателем 11950 руб.

Таким образом, обобщая все вышесказанное, можем отметить, что бедность представляет собой макроэкономическую категорию, описывающую социальное положение населения при котором они не в состоянии бывают удовлетворять собственные минимальные потребности, необходимые для нормального функционирования и существования.

На наш взгляд, уровень бедности можно отнести к категории относительных показателей.

Это связано с тем, что данный уровень для каждой страны устанавливается индивидуально, в зависимости от доходов рассматриваемой страны.

Отметим, что изучением проблемы бедности экономисты занимались еще в далеком 18 веке.

Например, известный экономист Адам Смит в своих трудах природу бедности связывал с социальным стыдом, отмечая разрыв между стандартами общества и способностями отдельных групп населения их придерживаться.

Кроме того, в 19 веке было предложено использование семейных бюджетов для расчета уровня бедности.

Цель данного метода заключалась в том, чтобы связать между собой зависимость явления от уровня доходов и возможности удовлетворения потребностей.

Так как бедность, является как социальным, так и экономическим процессом, то ее изучением занимаются, соответственно, как социологи, так и экономисты.

То есть социологи признают закономерность существования бедности в обществе.

В качестве главного конфликта между экономистами и социологами выступает вопрос о необходимости государственного вмешательства для устранения данной проблемы.

Тем самым, в качестве основных причин образования проблемы бедности, можем отнести:

- ✓ Макроэкономические факторы, включающие в себя: безработицу, неконкурентоспособность отрасли, низкий уровень производительности труда и т.п.;
- ✓ Социальные и медицинские факторы: уровень заболеваемости, инвалидности;
- ✓ Демографические факторы: неполные семьи, высокий уровень миграций;
- ✓ Образовательные факторы: отсутствие достаточной степени подготовки кадров, либо низкая культура образовательного процесса;
- ✓ Политические факторы, связанные с войнами, конфликтами и т.д.;
- ✓ Фактор неравномерного развития тех или иных регионов;
- ✓ Экономические причины: низкий уровень заработных плат, уклонение от уплаты налогов, высокая разница между показателями минимального и максимального уровня оплаты труда.

Таким образом, можем с уверенностью сказать, что борьба с бедностью выступает в качестве важнейшего направления для обеспечения социально-экономического роста в каждой стране.

При этом важно понимать, что любая страна создает свои инструменты борьбы, опираясь также и на свои исторические и культурные аспекты.

Но в мировой практике существуют два известных метода, получивших широкое применение большей частью стран мира.

Первый – обеспечивает минимальные доходы населения для решения базовых нужд, второй же – помогает людям, которые оказались в трудных социально-экономических ситуациях.

В экономике Российской Федерации проблема бедности стоит довольно остро, но борьба против данного явления проводится практически на всех уровнях.

При этом акцент делается на росте и стабильной работе промышленного сектора экономики, обеспечения макроэкономической стабильности в стране, увеличению минимального размера труда, а также созданию программ, обеспечивающих рост социально значимых направлений.

На наш взгляд, на решение проблемы бедности также влияет и отсутствие качественно функционирующих институтов, способных решить данную проблему.

Соответственно, главной задачей любого государства является обеспечение высоких темпов экономического роста, что, в свою очередь, будет способствовать росту занятости и доходов населения.

Кроме того, немаловажную роль играет и социальная помощь группе лиц нуждающегося сегмента.

К сожалению, в РФ, вместе с экономической нищетой развивается также и финансовая бедность.

Как показывает статистика, более трети населения получают заработную плату ниже показателя установленного промежуточного минимума, что, конечно же, влияет негативно на жизнедеятельности людей.

Таким образом, обобщая все вышесказанное, можем сделать вывод, о важной роли в деятельности любой страны снижения до минимума показателей уровня бедности с помощью использования тех или иных методов.

\*\*\*

1. Амбарян А.Я. Показатели уровня жизни населения. Бедность / А.Я. Амбарян // Энигма. — 2020. — № 22-2. — С. 5-8.
2. Амирова С.А. Проблемы бедности в России / С.А. Аминова // Актуальные вопросы современной экономики. — 2020. — № 3. — С. 319-324.
3. Карцева М.А. Модернизация системы мониторинга бедности в РФ в контексте эволюции концепции бедности / М.А. Карцева // Общество и экономика. — 2020. — № 2. — С. 50-69.
4. Слугина А.В. Бедность как угроза экономической безопасности страны / А.В. Слугина // Сборники конференций НИЦ Социосфера. — 2020. — № 25. — С. 84-87.
5. Эшматова Д.А. Государственная политика РФ по преодолению бедности / Д.А. Эшматова // Вести научных достижений. — 2020. — № 7. — С. 36-38.
6. Ястребов А. Богатство и бедность. Поэзия и проза денег / А. Ястребов. - М.: Аграф, 2021. - 528 с.

**Бетеева А.А.**

**Сущность и основные принципы менеджмента**

*Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова  
(Россия, Владикавказ)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-69

#### **Аннотация**

В данной статье дается трактовка сущности менеджмента, а так же выявляются основные его принципы. Рассматриваемая категория изучается с точки зрения некоего искусства управления, которое опирается на убеждении, что предприятия выступают в роли непростых социально-технических систем, на работу которых влияют множество факторов как внешней, так и внутренней среды. Несомненно, тема нашего исследования является довольно актуальной на современном уровне развития экономики, ведь без развитой системы управления не одно предприятие не может эффективно существовать.

**Ключевые слова:** менеджмент, управление, организации, принципы.

### **Abstract**

This article gives an interpretation of the essence of management, as well as identifies its main principles and functions. The category under consideration is considered from the point of view of a certain art of management, which is based on the belief that enterprises act as complex socio-technical systems, the work of which is influenced by many factors of both the external and internal environment. Undoubtedly, the topic of our research is quite relevant at the current level of economic development, because without a developed management system, more than one enterprise cannot effectively exist.

**Keywords:** management, management, organizations, principles.

В современных условиях развития экономики по всему миру огромное значение уделяется вопросам организации управления. Это проявляется с помощью создания новых курсов по повышению квалификации труда, более жесткому отбору персонала управленческого сектора.

Соответственно, можем отметить, что такая дисциплина как менеджмент большое внимание уделяет качественно проведенным управленческим процессам, имени вести деловые переговоры и иным вопросам, связанным с управлением.

Деловые отношения, в свою очередь, диктуют правила игры управленцам.

Как видим, изучение сущности менеджмента, основных положений и принципов считается довольно актуальным вопросом для раскрытия важности изучаемой категории.

На наш взгляд, можем с уверенностью утверждать, что успех любой организации, в первую очередь, зависит от высокой компетентности управляющего звена в вопросах грамотного принятия управленческих решений для получения наибольшего уровня эффективности.

Хотелось бы обратиться к некоторым историческим факторам. Отметим, что до XX века такой термин как менеджмент не существовал в научной среде.

Первая идея о внедрении данного термина была озвучена в США в XIX-XX веках. Именно в этот период и шло бурное развитие промышленного сектора, что, в свою очередь, повысило уровень конкуренции.

Соответственно, в связи с этими факторами и образовалась необходимость в поиске средств для улучшения производства, увеличения эффективности и прибыльности организаций.

С целью решения данного вопроса исследователи занялись поиском основных методов по управлению как производством, так и рабочей силой.

Также отметим, что слово «менеджмент» с английского языка переводится как «управление».

На наш взгляд, данный термин имеет довольно глубокую емкость, и, поэтому было принято решение отнесения его в качестве самостоятельной дисциплины.

В качестве основных задач менеджмента можем отнести следующее:

- ✓ Обеспечение долговечного существования на рынке того или иного предприятия;
- ✓ Обеспечение различными новшествами, которые помогут в условиях жесткой конкуренции для удержания клиента;
- ✓ Использование таких ресурсов как информация, знания, опыт, новшества в качестве производительной силы для достижения успехов и процветания компании.

Кроме того, несмотря на то, что данный термин был введен в обиход еще с конца XIX века, но все же осознание уровня его значимости была достигнута лишь в 30-х годах XX века с выделением его как профессии.

Несомненно, роль менеджмента велика для любых предприятий, а в частности, крупных, которые обладают огромным производственным, научно-техническим и экономическим потенциалом.

Крупнейшие лидеры имеют множества филиалов, которые эффективно функционируют лишь благодаря эффективно наложенной системе менеджмента.

От любых решений управленца зависит судьба всей компании. Поэтому, на наш взгляд, процветание компании, в первую очередь, зависит от правильно организованных и принятых управленческих решений руководства и персонала компании.

Тем самым, может отметить, что менеджмент в экономической литературе трактуется в качестве умения достигать поставленных целей с помощью применения труда, интеллекта и мотивов поведения людей.

Хотелось бы подробно разобрать данное предложенное выше определение менеджмента.

Итак, начнем со слова «умение», которое рассматривается в контексте достижения успеха с позиции наличия определенного фундамента знаний для применения на практике.

Что касается слова «достигать», то его следует понимать не в смысле старания, а именно достижения поставленных целей.

Говоря же за «поставленные цели», следует акцентировать внимание именно на правильности этих целей, поскольку, если они установлены неверно, то все пункты теряют свою актуальность.

И, последний пункт «применения труда, интеллекта и мотивов поведения людей» означает важность человеческого фактора в менеджменте. Поскольку, организации – это, в первую очередь, люди. А менеджмент отвечает за организационные вопросы работников.

А, как мы знаем, работа с людьми не является легким процессом, поскольку каждый индивид имеет свои отличительные черты характера, поведения, преимущества и недостатки, которые проявляются в процессе деятельности.

Соответственно, менеджмент можно рассмотреть в качестве области знаний, позволяющих осуществлять управленческую функцию. Объектом его изучения служит человек.

Менеджмент это целая наука, которую относят к прикладным.

Тем самым, менеджмент можно определить как:

- ✓ Вид деятельности;
- ✓ Науку и искусство;
- ✓ Категорию людей;
- ✓ Орган или аппарат управления.

Также хотелось бы перейти к рассмотрению основных принципов, на которых базируется менеджмент.

Данные принципы по управлению можно охарактеризовать как идеи, закономерности и правила поведения руководителей по осуществлению управленческих функций.

Именно американским менеджером Г. Эмерсоном в 1912 году впервые были сформированы принципы управления в книге «Двадцать принципов производства».

Но многие иные ученые, в частности А. Файоль, утверждают, что количество принципов неограниченно, с чем можно согласиться.

Итак, принято данные принципы классифицировать на следующие группы:

- ✓ Общие;
- ✓ Частные.

К общим принципам можно отнести:

- ✓ Принцип применимости;
- ✓ Принцип системности;
- ✓ Принцип многофункциональности;
- ✓ Принцип интеграции;
- ✓ Принцип ориентации на ценности.

К частным же принципам можно отнести:

- ✓ Принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении;
- ✓ Принцип научной обоснованности управления;
- ✓ Принцип плавности;
- ✓ Принцип сочетания прав, обязанности и ответственности;
- ✓ Принцип частной автономии и свободы;
- ✓ Принцип иерархичности и обратной связи;
- ✓ Принцип мотивации;
- ✓ Принцип государственной законности системы менеджмента;
- ✓ Принцип устойчивости и мобильности системы управления;
- ✓ Принцип органической целостности объекта и субъекта управления.

Таким образом, мы рассмотрели сущность менеджмента, а также выявили основные принципы, на которых базируется рассматриваемая категория.

\*\*\*

1. Анопченко Т. Ю. Менеджмент: кейсы, тренинги, деловые игры. Практикум / Т. Ю. Анопченко, А. М. Григан, А. А. Лысоченко [и др.]. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2019. — 282 с.
2. Барышев А. В. Основы разработки управленческого решения: учебное пособие / А.В. Барышев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 164 с.
3. Генкин Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография / Б. М. Генкин. — 2-е изд., испр. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
4. Иванова И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с.
5. Кнышова Е. Н. Менеджмент: Учебное пособие / Кнышова Е. Н. — Москва: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. — 304 с.
6. Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 384 с.

**Бойко М.В., Ценина Е.В.**

### **Генезис понятия «Интернет-торговля» и особенности закупочной деятельности в условиях цифровизации бизнес-процессов**

*РЭУ им. Г.В. Плеханова  
(Россия, Москва)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-70*

#### **Аннотация**

В данной статье рассматривается генезис понятия «Интернет-торговля», а также уникальные проблемы и возможности, связанные с реализацией процессов закупок в эпоху перехода к электронным методам ведения бизнеса. За прошедшие годы концепция Интернет-торговли претерпела значительную эволюцию, изменив способы ведения бизнеса и взаимодействия с клиентами. В современную цифровую эпоху практика закупок претерпевает глубокие изменения. В данной статье рассматриваются отличительные особенности и сложности закупок в контексте этого цифрового перехода. Анализируются инструменты и стратегии, используемые организациями для оптимизации процессов закупок и адаптации к требованиям цифрового рынка, - от систем электронных закупок до онлайн-торговых площадок. Благодаря всестороннему анализу исторических событий и современной практики, данная статья позволяет понять динамичный ландшафт Интернет-торговли и предложить ценные рекомендации для организаций, ориентирующихся на проблемы и возможности электронных закупок в современной бизнес-среде.

**Ключевые слова:** интернет-торговля, электронная коммерция, закупки, цифровая экономика.

**Abstract**

This article discusses the genesis of the concept of Internet commerce, as well as the unique challenges and opportunities associated with the implementation of procurement processes in the era of transition to electronic business methods. Over the years, the concept of Internet commerce has undergone significant evolution, changing the way we do business and interact with customers. In today's digital era, procurement practices are undergoing profound changes. This article explores the distinctive features and complexities of procurement in the context of this digital transition. From e-procurement systems to online marketplaces, the tools and strategies used by organizations to streamline procurement processes and adapt to the digital marketplace are analyzed. Through a comprehensive analysis of historical developments and current practices, this article provides insight into the dynamic landscape of online commerce and offers valuable guidance for organizations navigating the challenges and opportunities of e-procurement in today's business environment.

**Keywords:** internet commerce, e-commerce, procurement, digital economy.

**Введение.** В условиях глобализации и технического прогресса реформируются классические формы экономических отношений и возникают новые, как, например, электронная торговля. Электронная торговля охватывает большую аудиторию потенциальных покупателей и партнёров за счет устранения географических барьеров и возможности совершать сделки ежечасно, упрощает проведение многих коммерческих операций благодаря быстрой оборачиваемости информации, способствует расширению деловых связей предприятий.

В современном мире бизнеса и коммерции понятие «Интернет-торговля» является важнейшим краеугольным камнем глобальной экономики. Генезис данной концепции, зародившейся на заре существования Всемирной паутины, претерпел значительные изменения, изменив способы взаимодействия компаний с потребителями и совершения сделок во все более взаимосвязанном мире. Кроме того, становление Интернет-торговля значительно повлияло на изменение и оптимизацию бизнес-процессов в организациях, включая бизнес-процесс организации закупок. Следовательно, изучение особенностей организации бизнес-процесса закупок в условиях электронного метода ведения бизнеса позволит определить основные направления оптимизации данного процесса.

**Цель исследования** – исследование развития понятия «Интернет-торговля» и определение ключевых особенностей реализации закупок в условиях электронного метода ведения бизнеса.

**Новизна.** Теоретическая новизна исследования заключается в определении основных направлений развития понятия «Интернет-торговля» и систематизация их, а также в выявлении особенностей реализации закупок в рамках Интернет-торговли.

**Теоретико-методологическая база исследования.** Теоретическая база исследования основывается на трудах таких авторов, как: Голова Е.Е., Баранова И.В., Бекежан Е., Киселева Л.Ю., Дерюпина А.Е. и других авторов, проводивших исследования в данной области. В рамках данного исследования методологической основой выступают: диалектический метод и системный подход, которые предполагают анализ явлений в их постоянном развитии и взаимосвязи. Использование данной методологии позволяет многостороннее анализировать генезис понятия «Интернет-торговля» и выявлять особенности реализации закупок в сети Интернет.

**Результаты исследования.** На сегодняшний день с развитием цифровой экономики Интернет становится наиболее популярным методом коммуникации. С каждым годом количество пользователей в сети Интернет увеличивается (на 2023 год 64,4% населения планеты имеют доступ к сети Интернет), затрагивая даже возрастные слои населения, что не могло не повлиять на развитие такого понятия, как «Интернет-торговля» [1]. К вопросу об изучении самого понятия «Интернет-торговля» подходило множество исследователей. На основании проведенного исследования отечественных авторов выделим основные подходы к определению вышеуказанного понятия (таблица 1).

Таблица 1

## Подходы к определению понятия «Интернет-торговля».

Подходы	Характеристика подхода	Авторы
Широкий (функциональный) подход	Данный подход определяет интернет-коммерцию с учетом ее функциональных аспектов и влияния на различные виды коммерческой деятельности. При этом подчеркивается роль Интернета в осуществлении коммерческой деятельности. Вот три определения в рамках этого подхода:	Бекежан Е. [2] Киселева Л.Ю. [3] Дерюпина А.Е. [4] Матюшкина И.А., Теплая О.С. [5]
Узкий (технический) подход	Данный подход определяет Интернет-торговлю, фокусируясь на технических аспектах и механизмах, обеспечивающих проведение онлайн-операций. При этом особое внимание уделяется технологиям и инфраструктуре, лежащим в основе интернет-торговли.	Хакужеева Д.Н. [6] Климченя Л.С. [7] Панишко Е.П. [8] Телятникова Т.В., Шевченко Н.В. [9]

Представленные два подхода к определению понятия позволяют по-разному взглянуть на определение Интернет-торговли. Широкий подход рассматривает общее функционирование и влияние онлайн-коммерческой деятельности, а узкий – технические аспекты, обеспечивающие безопасность и эффективность онлайн-транзакций. В совокупности они позволяют получить полное представление о многогранном характере Интернет-торговли.

Обзор литературы по теме исследования показывает, что «электронная коммерция», «электронная торговля» и «интернет-торговля» очень близки по сути, и их часто используют как синонимы. Все они являются терминами, связанными с использованием технологий информационных систем и интернета в сфере бизнеса и торговли, однако есть некоторые различия в толковании этих понятий (Таблица 2):

Таблица 2

## Сущность понятий «Электронная коммерция», «Электронная торговля» и «Интернет-торговля».

Электронная коммерция (электронный бизнес, e-commerce)	широкий термин, который охватывает все формы бизнеса, осуществляемого с помощью электронных систем и интернета. Он включает в себя продажи товаров и услуг, онлайн-платежи, электронную доставку, маркетинг и рекламу, обмен данными и другие виды коммерческой деятельности, проводимой с использованием электронных средств связи.
Электронная торговля (e-commerce)	частный случай электронной коммерции, относящийся исключительно к торговле товарами и услугами через электронные каналы. Это означает, что продукты могут быть приобретены и проданы онлайн без необходимости физического присутствия покупателя или продавца. Электронная торговля может осуществляться как в рамках бизнес-партнерства (B2B), так и между компаниями и конечными потребителями (B2C) или между самими потребителями (C2C).
Интернет-торговля (online retail, e-tail)	специфическая форма электронной торговли, которая фокусируется на продаже товаров конечным потребителям через интернет или онлайн-платформы. Интернет-торговля обычно включает в себя создание веб-сайтов или интернет-магазинов, где потребители могут просматривать товары, рассчитывать стоимость, делать заказы и производить онлайн-платежи. Примерами интернет-торговли являются онлайн-розничные магазины, аукционные сайты и платформы с доставкой еды.

Таким образом, эти понятия имеют некоторые перекрывающиеся аспекты, но отличаются в своей широте применения и фокусе на различные виды электронных операций.

На основании проведенных исследований отечественных и зарубежных авторов выделим следующие этапы становления понятия «Интернет-торговля» (таблица 3).



Таблица 3

## Этапы становления понятия «Интернет-торговля».

Этап	Характеристика этапа
Первые шаги к становлению (1960-1970-е годы)	Концепцию электронной коммерции можно отнести к 1960-м годам, когда был разработан электронный обмен данными (EDI). EDI позволил предприятиям обмениваться деловыми документами, такими как заказы на поставку и счета-фактуры, в электронном виде.
1980-е годы	Интернет в том виде, в котором мы знаем его сегодня, начал формироваться в 1980-х годах. В этот период были созданы онлайн-системы досок объявлений (BBS) и электронная почта, которые заложили основу для онлайн-общения и обмена информацией.
1990-е годы	1990-е годы ознаменовались бурным развитием Всемирной паутины, которая значительно расширила возможности интернет-коммерции. К основным вехам этого десятилетия относятся: 1991 год: Всемирная паутина была представлена широкой публике. 1994: Выпущен первый широко используемый веб-браузер Netscape Navigator. 1995: Основаны компании Amazon.com и eBay, что ознаменовало рождение крупных платформ электронной коммерции. 1998: Основана компания PayPal, которая произвела революцию в области онлайн-платежей.
Пузырь доткомов (конец 1990-х годов)	Конец 1990-х годов ознаменовался спекулятивным ажиотажем вокруг интернет-компаний, что привело к появлению «пузыря доткомов». В этот период многие компании, занимающиеся электронной коммерцией, переживали взрывной рост, но в итоге он лопнул, что привело к краху многих компаний.
Начало 2000-х годов	Несмотря на «пузырь доткомов», электронная коммерция продолжала расти. Такие компании, как Amazon и eBay, процветали, а традиционные розничные магазины стали создавать свои представительства в Интернете.
Середина 2000-х годов	Середина 2000-х годов ознаменовалась появлением социальной коммерции: такие платформы, как Facebook (деятельность организации Meta Platforms Inc, ее продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации) и MySpace интегрировали в себя функции электронной коммерции.
Мобильная торговля (конец 2000-х - настоящее время)	Распространение смартфонов привело к росту мобильной коммерции (m-коммерции). Потребители стали совершать покупки через мобильные приложения и сайты, оптимизированные для мобильных устройств.
Расширение рынка (2010-е годы - настоящее время)	Расширение рынков электронной коммерции происходило во всем мире, и все большее распространение получали такие компании, как Alibaba в Китае и Flipkart в Индии. Компания Amazon продолжала доминировать во многих регионах мира
Блокчейн и криптовалюта (2010-е годы по настоящее время)	Появление технологии блокчейн и таких криптовалют, как биткойн, открыло новые возможности для электронной коммерции, особенно в области безопасных транзакций и управления цепями поставок.
Влияние COVID-19 (2020-е годы)	Пандемия COVID-19 ускорила переход к электронной коммерции, поскольку все больше людей стали совершать покупки в Интернете в связи с блокировкой магазинов и мерами социальной изоляции.

Итак, основываясь на основных этапах становления понятия «Интернет-торговля», выделим основные группы предпосылок становления Интернет-коммерции в целом:

1. Технические и инфраструктурные предпосылки: разработка электронного обмена данными (EDI) в 1960-1970-е годы; создание онлайн-систем досок объявлений (BBS) и электронной почты в 1980-е годы; выпуск первого широко используемого веб-браузера Netscape Navigator в 1994 году; бурное развитие Всемирной паутины и представление ее широкой публике в 1990-е годы.
2. основополагающие компании и инновации: основание компаний Amazon.com и eBay в 1995 году, что ознаменовало рождение крупных платформ электронной коммерции; основание компании PayPal в 1998 году, которая произвела революцию в области онлайн-платежей; рост электронной коммерции несмотря на «пузырь доткомов» в конце 1990-х годов,



с участием компаний как Amazon и eBay; появление социальной коммерции в середине 2000-х годов, когда платформы как Facebook (*деятельность организации Meta Platforms Inc, ее продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации*) и MySpace интегрировали функции электронной коммерции.

3. Технологические инновации и изменение потребительских привычек: рост мобильной коммерции (m-коммерции) начиная с конца 2000-х годов, когда распространение смартфонов стимулировало покупки через мобильные приложения и сайты; появление технологии блокчейн и криптовалют в 2010-е годы, что открыло новые возможности для безопасных транзакций и управления цепочками поставок в электронной коммерции; влияние пандемии COVID-19 в 2020-е годы, которая ускорила переход к электронной коммерции из-за ограничений и изменения потребительских привычек.

Кроме того, Интернет-торговля в рамках этапов своего развития также оказывала значительное воздействие на различные бизнес-процессы. Бизнес-процесс закупок был подвержен наибольшему влиянию. Интернет-торговля как внедренный элемент цифровой экономики изменил парадигму бизнес-взаимодействий, предоставив организациям уникальные возможности в плане снабжения, выбора поставщиков и управления закупочными операциями. Значительное улучшение доступности и прозрачности товарных рынков в онлайн-среде привело к повышению эффективности закупочных процессов, снижению операционных издержек и увеличению конкурентоспособности организаций. Введение новых технологических решений, таких как блокчейн и мобильная коммерция, дополнило сферу закупок более надежными и гибкими инструментами для управления цепями поставок и оплатой. Тем не менее, в свете этих возможностей, организации также столкнулись с новыми вызовами в области безопасности, управления данными и соблюдения регулирования, что подчеркивает важность постоянного адаптивного подхода к закупочным стратегиям и процессам в контексте электронной коммерции [10].

Выделим основные особенности закупок в рамках реализации Интернет-торговли (таблица 4).

Таблица 4

*Основные особенности закупок в рамках реализации Интернет-торговли.*

<i>Особенности</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Широкий выбор поставщиков и товаров</i>	<i>Интернет-торговля предоставляет организациям доступ к множеству поставщиков и разнообразным товарам на мировом рынке через электронные платформы и рынки. Это позволяет более гибко выбирать и сравнивать товары и услуги.</i>
<i>Улучшенная прозрачность и доступность рынков</i>	<i>Электронные рынки предоставляют информацию о ценах, характеристиках продуктов и отзывах о поставщиках, что увеличивает прозрачность и обеспечивает легкий доступ к данным для принятия решений.</i>
<i>Автоматизация процессов закупок</i>	<i>Использование электронных систем закупок и управления запасами позволяет автоматизировать ключевые этапы закупочного цикла, включая заказы, оплату и отслеживание поставок.</i>
<i>Эффективная цифровая коммуникация</i>	<i>Интернет-торговля обеспечивает быструю и эффективную коммуникацию с поставщиками через электронные платформы, электронную почту и чаты, ускоряя процессы обсуждения и согласования условий.</i>
<i>Безопасность и защита данных</i>	<i>Защита данных и информационная безопасность являются важными аспектами в интернет-торговле из-за чувствительной природы коммерческой информации и финансовых транзакций.</i>
<i>Глобальный доступ и расширение рынков</i>	<i>Интернет позволяет организациям участвовать в глобальной торговле, преодолевая географические барьеры и расширяя свой рынок.</i>
<i>Мобильные возможности</i>	<i>Мобильная коммерция предоставляет возможность закупок с мобильных устройств, что увеличивает удобство и доступность для бизнеса и потребителей.</i>
<i>Оптимизация расходов</i>	<i>Интернет-торговля позволяет организациям снижать операционные издержки, такие как затраты на аренду и обслуживание физических магазинов, благодаря онлайн-модели бизнеса.</i>
<i>Совместное планирование с поставщиками</i>	<i>Интернет-торговля обеспечивает прозрачность процессов, что позволяет крупным транснациональным компаниям организовать единые подходы к планированию закупок и продаж.</i>

Итак, представленные особенности закупок в условиях Интернет-торговли делают ведение электронного бизнеса более привлекательным инструментом для организаций, который позволяет оптимизировать свои закупочные бизнес-процессы и расширять свое присутствие на рынках. Однако, отмечается повышенное внимание к вопросу безопасности в рамках реализации закупок в условиях Интернет-торговли.

**Заключение.** Интернет-торговля – это сложное и многогранное явление, которое продолжает эволюционировать под воздействием технологических инноваций и изменений в потребительских предпочтениях. Два основных подхода к определению понятия интернет-торговли – широкий и узкий – позволяют рассматривать этот феномен как общее функционирование онлайн-коммерческой деятельности, так и технические аспекты, обеспечивающие безопасность и эффективность онлайн-транзакций.

Анализ основных этапов становления понятия «Интернет-торговля» выявляет три основные группы предпосылок данного процесса. Технические и инфраструктурные предпосылки, такие как разработка электронного обмена данными и создание онлайн-систем досок объявлений, обеспечивали технологическую основу для развития интернет-торговли. основополагающие компании и инновации, такие как Amazon, eBay и PayPal, играли ключевую роль в формировании этой сферы бизнеса. Технологические инновации, включая мобильную коммерцию и блокчейн, а также воздействие пандемии COVID-19, дополнили и усилили развитие Интернет-торговли, изменяя потребительские привычки и открывая новые возможности для организаций.

Тем не менее, несмотря на преимущества, Интернет-торговля также представляет собой вызовы, связанные с безопасностью и управлением данными, а также соблюдением правового регулирования государств, что подчеркивает необходимость постоянной адаптации и инноваций в сфере закупок и управления бизнес-процессами в условиях электронной коммерции. Таким образом, Интернет-торговля остается актуальной и динамично развивающейся областью, требующей внимательного исследования и стратегического подхода со стороны организаций, а также академического сообщества.

\*\*\*

1. Голова Е.Е. Интернет-торговля в России: особенности и перспективы / Е.Е. Голова, И.В. Баранова // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – №12. – С.46-51.
2. Бекежан Е. Интернет-торговля: возможности и ограничения // *Внешнеэкономическая деятельность: таможенный аспект*. – 2021. – С.241-246.
3. Киселева Л.Ю. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования // *Вопросы правоприменения*. – 2021. – №3. – С.22-32.
4. Дерюпина А.Е. Интернет-торговля как драйвер экономического роста // *Постулат*. – 2021. – №6. – С.1-6.
5. Матюшкина И.А. Интернет-торговля и ее роль в современной экономике / И.А. Матюшкина, О.С. Теплая // *Университет на пути к новому качеству науки и образования*. – 2020. – С.305-311.
6. Хакужева Д.Н. Интернет-торговля как ключевой элемент цифровой экономики в России // *Вестник цифровой экономики*. – 2020. – №1. – С.117-124.
7. Клименко Л.С. Электронная торговля: понятие и сущность // *Цифровое управление государством и бизнесом*. – 2022. – С.151-155.
8. Панишко Е.П. Интернет-торговля: тенденции и перспективы // *Вузовская наука: от теории к практике*. – 2019. – С.196-204.
9. Телятникова Т.В. Эволюция Интернет-торговли / Т.В. Телятникова, Н.В. Шевченко // *Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике*. – 2019. – С.108-113.
10. Бые В.Ф. Реализация логистических принципов в электронной торговле // *Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности*. – 2020. – №9. – С.249-253.

**Боробов В.Н.****Роль иностранного капитала в развитии экономики современной России***Московский экономический институт  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-71

**Аннотация**

В научной статье раскрываются теоретические основы сущности иностранного капитала в развитии экономики России. Рассматриваются показатели, проводится анализ и значение иностранного капитала. Предлагаются мероприятия по привлечению и эффективному использованию иностранного капитала.

**Ключевые слова:** иностранный капитал, инвестиции, интеграция, глобальная экономика, импортозамещение, международные отношения.

**Abstract**

The scientific article reveals the theoretical foundations of the essence of foreign capital in the development of the Russian economy. The indicators are considered, the analysis and the value of foreign capital are carried out. Measures are proposed to attract and effectively use foreign capital.

**Keywords:** foreign capital, investment, integration, global economy, import substitution, international relations.

Привлечение иностранных инвестиций является необходимой целью в современном мире. Международное разделение труда, развитие международных отношений, интернационализация экономических и производственных отношений, интеграция национальных экономик в глобальную экономику – все это играет роль в определении объема иностранных инвестиций, получаемых страной. Одним из условий устойчивого функционирования и роста экономики Российской Федерации является привлечение и успешное использование иностранных материальных и финансовых ресурсов, современного оборудования, технологий и управленческого опыта.

Усиление интернационализации, ликвидация национальных границ и ускорение процессов глобализации стали центральными в современной модели экономического роста во всем мире. Эти события сместили акцент производителей с приобретения сырья на открытие новых рынков сбыта, производственных линий.

Иностранные инвестиции в настоящее время не только имеют решающее значение для глобального денежного потока, но и, в частности, для России, являются наиболее важным фактором роста инвестиционной индустрии страны. Серьезные макроэкономические проблемы России усугубляются волатильностью внешней среды, поэтому стране необходима новая инвестиционная политика с упором на инновации для достижения целей долгосрочного экономического роста, улучшения инфраструктуры и участия в международном рынке экспорта капитала.

Определение иностранных инвестиций в соответствии с Федеральным законом включает «все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых иностранными инвесторами в предпринимательскую и иную деятельность в целях получения прибыли».

Важно помнить, что экономика всех стран нуждается в иностранных инвестициях, чтобы расти здоровым и устойчивым образом. Объем иностранных инвестиций и роль, которую они играют как в странах-инвесторах, так и в странах-получателях, выросли в результате сохраняющейся тенденции глобализации международной экономики. Проще говоря, это то, что показывают статистические данные ЮНКТАД за последние три года. Ежегодно за рубежом инвестируются более чем в семьдесят раз больше прямых иностранных инвестиций. Повышение технического уровня производства, инвестиционного потенциала, объемов производства и налоговой базы, а также увеличение занятости и заработной платы,

использование мирового опыта в области управления и маркетинга напрямую связаны с притоком иностранных прямых инвестиций в РФ. Россия может участвовать во множестве видов деятельности, характерных для современной модели мировой экономики, благодаря экспорту технологий и организации производства, а затем торговых и финансовых сетей.

Можно оценить прямые иностранные инвестиции с точки зрения стран-инвесторов. Отток капитала за рубеж может облегчить проблему чрезмерного накопления капитала во внутренней экономике в период "перегрева", обеспечивая более медленный и устойчивый рост экономики страны-донора капитала. Кроме того, производители в стране-доноре капитала могут сэкономить деньги на производственных затратах, перенеся свою деятельность в другие государства.

Прямые иностранные инвестиции, имеют много преимуществ для стран, получающих иностранный капитал, включая, но не ограничиваясь ими, а именно: создание новых рабочих мест, что повысит благосостояние населения; повышение квалификации рабочей силы; подготовку персонала, который будет соответствовать требованиям рыночной экономики; потенциальное включение неиспользуемых природных ресурсов в производственную деятельность; возможность вовлечения неиспользуемых природных ресурсов в производственную деятельность. Предприятия в стране используют передовые методы управления и технологии из-за рубежа; торговый сектор платежного баланса принимающей страны растет, в результате расширения участия в международном разделении труда, сокращения импорта в результате роста внутреннего производства, возникновения эффекта импортозамещения и увеличения экспортных поставок. Презентация местным производителям передовых технологий, используемых предприятиями принимающей страны с помощью иностранных инвестиций, с тем чтобы они могли использовать эти методы в своей собственной деятельности. Прямые инвестиции из-за рубежа не увеличивают внешний долг принимающей страны, как это делают займы, на самом деле, это помогает погасить этот долг, за счёт роста налоговых поступлений в бюджет принимающей страны, позволяющий расширить государственное финансирование социально значимых программ; ускорение НИОКР отечественным бизнесом с помощью иностранных инвестиций;

Таким образом, совокупный эффект от прямого иностранного инвестирования может привести к росту экономического потенциала страны, к её участию в международной конкуренции и упрочению ее положения на мировом рынке .

Хотя прямые иностранные инвестиции могут оказывать положительное воздействие на страны-получатели, они могут также иметь непреднамеренные последствия. Например, прямые иностранные инвестиции (ПИИ) могут снизить благосостояние отечественных фирм и вытеснить их с рынка. Это объясняется тем, что отечественным фирмам не хватает размеров и масштабов деятельности, чтобы воспользоваться экономией за счёт масштаба и конкурировать с транснациональными корпорациями. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) могут способствовать "оттоку умов" из принимающей страны в исследовательские центры родной страны, благодаря передовым технологиям, управленческому опыту и снижению транзакционных издержек крупных иностранных корпораций. .

В результате этого многогранного изучения последствий прямых иностранных инвестиций, важно подчеркнуть тот факт, что ученые и экономисты, а также политики могут расходиться во мнениях по этому вопросу.

Инвестиционная активность в России в 2022 году росла на 5,9% в годовом исчислении в течение первых трех кварталов 2022 года и на 3,1% ежеквартально в реальном выражении. В условиях структурных преобразований в экономике основными факторами, мотивирующими инвестиции, были необходимость изменения существующих экономических отношений и технологических процессов, а также внедрение политики импортозамещения.

Двадцать шесть процентов предприятий ожидают увеличения расходов на капитальные вложения в 2023 году. Таким образом, предприятия ожидают инвестиций на том же уровне, что и в прошлом году. Опрошенные Центральным банком предприятия настроены более оптимистично.

Безусловно, самым приятным сюрпризом для наблюдателей экономики отраслей, в 2022 году стало улучшение динамики инвестиций в основной капитал. К концу 2023 года ожидается рост объема инвестиций на 5% и более, что является "очень нетипичным", учитывая, что в прошлом инвестиционная активность всегда падала во времена кризиса.

Государственное финансирование, в частности инвестиции в инфраструктуру, является основным объяснением положительной динамики. Эта тенденция сохранится, инвестиции в инфраструктуру, поддерживаемые Правительством, продлятся дольше всего. Инвестиции в развитие, ориентированные на спрос, чрезвычайно рискованны, поскольку нет никаких многообещающих возможностей для роста ни со стороны внутреннего, ни со стороны внешнего спроса. Эксперты Shepra Group ранее прогнозировали, что государственные расходы на инфраструктуру к концу 2023 года увеличатся на 8-10% и составят более 3 трлн. рублей.

Увеличение инвестиций в сферу импортозамещения является оптимальным с точки зрения роста, но это не должны быть разовые расходы, связанные исключительно с реструктуризацией каналов поставок и адаптацией к новым поставщикам, скорее, они должны быть использованы для создания новых производственных мощностей внутри страны.

Что касается частных инвестиций, то, с одной стороны, накопленная ликвидность в банковском секторе и существующие черные места в экономике могут вызывать, если не ускорение роста, то, по крайней мере, поддержание инвестиций в основной капитал на уровне прошлого года. С другой стороны, частные инвестиции будут зависеть от политической неопределенности и от политики государства (насколько велико будет желание государства решить проблемы бюджета за счет корпораций), появятся ли новые стимулы для инвестиций?

Вероятно, в 2023 году компании все же будут больше придерживать капиталы, поскольку для них актуально формировать финансовую подушку безопасности в условиях кризиса. Кроме того, стоимость строительства, комплектующих, производственных линий, повышается, что также будет сдерживать инвестиционную активность бизнеса.

Международная торговля России претерпела радикальные изменения в результате санкций, контрсанкций различных западных поставщиков.

Рассчитанные показатели характеризуют проекты как рентабельные, поскольку величина чистого приведенного дохода положительная, индекс рентабельности  $>1$ , срок окупаемости меньше срока реализации проектов, а внутренняя норма доходности больше ставки дисконтирования по проектам.

Таким образом, в результате проведенного анализа, можно заключить следующее.

Перед Российской Федерацией по-прежнему стоит ряд вопросов, которые необходимо решить, прежде чем страна сможет в полной мере воспользоваться преимуществами международного обмена капиталом и более эффективно привлекать и использовать иностранные инвестиции. Причинами этого являются: административные барьеры, недостаточный инновационный потенциал, торговые барьеры, отсутствие прозрачности в толковании и применении законов, низкая степень защиты прав собственности и недостаточно развитая инфраструктура – все это необходимо решить до того, как прямые иностранные инвестиции смогут войти на внутренний рынок. Возможен большой приток прямых иностранных инвестиций в российскую экономику в том случае, если эти вопросы будут решены и их негативное влияние на экономику будет смягчено.

В результате современные обстоятельства усиливают необходимость разработки новой структуры иностранных инвестиций и изменения системы государственного контроля над иностранными инвестициями, вместе с лежащими в её основе процессами, инструментами и компонентами.

\*\*\*

1. Аврамчикова Н.Т., Киракосян К.А. Формы и способы привлечения инвестиций в развитие нефтегазовой отрасли // Менеджмент социальных и экономических систем. 2019. №2 (14).

2. Бао Х. Современное состояние и перспективы привлечения прямых иностранных инвестиций из Китая в Россию // Инновации и инвестиции. 2019. №3 .
3. Иванов А.В. Влияние прямых иностранных инвестиций на инновационное развитие экономики регионов Российской Федерации // Россия: тенденции и перспективы развития. 2020. №15-2.
4. Кособуцкая А.Ю., Трегубова В.Д., Равуанжинирина А.В. Прямые иностранные инвестиции: современные тренды // Теоретическая экономика. 2021. №7 (79). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pryamyie-inostrannye-investitsii-sovremennye-trendy>.
5. Лю М. К вопросу о некоторых проблемах финансовой системы России в условиях глобализации // Экономика и социум. 2019. №5 (60). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-nekotoryh-problemah-finansovoy-sistemy-rossii-v-usloviyah-globalizatsii>.
6. Мировая экономика в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.]; под редакцией Р. И. Хасбулатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 689 с. – (Высшее образование).
7. Моисеева Л.А. Специфика формирования предпринимательства на восточной периферии России (1990-е гг.) // Россия и АТР. 2022. №4.
8. Павлова Ю. Ю. Оценка влияния прямых иностранных инвестиций на экономику Российской Федерации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №11-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-na-ekonomiku-rossiyskoy-federatsii>.

## Боробов В.Н.

### Роль предпринимателя в социально-экономическом развитии страны

*Московский экономический институт  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-72

#### Аннотация

В научной статье раскрывается сущность предпринимательства. Роль предпринимателей в экономическом и социальном развитии страны. Предлагаются мероприятия для эффективного развития предпринимательской деятельности.

**Ключевые слова:** предпринимательство, спрос, предложение, прибыль, эффективность, производство, социальные программы, риски, экономические методы.

#### Abstract

The scientific article reveals the essence of entrepreneurship. The role of entrepreneurs in the economic and social development of the country. Measures are proposed for the effective development of entrepreneurial activity.

**Keywords:** entrepreneurship, demand, supply, profit, efficiency, production, social programs, risks, economic methods.

На современном этапе развития общества, в период глобализации и становлении свободного рынка, в обществе появляется большое количество возможностей и направлений для предпринимателей, которые занимают важную роль в социально-экономическом развитии страны.

Создание предприятий и производств, изобретение новых видов товаров и услуг, в которых нуждается общество, инвестирование в экономику, что способствует её развитию, сокращению безработицы и созданию новых рабочих мест, а также участию в благотворительной деятельности и развитии различных социальных программ. Всё это обуславливает важное место предпринимательской деятельности в стране и её вкладу в экономику и общество в целом.

В данном случае, понимание и изучение роли предпринимателя, а также его вклада в социально-экономическое развитие страны становится очень важным для исследования. Данная тема связана со многими аспектами, такими как: общественно-политическая среда, экономические требования, вид рыночных отношений в стране и социальная ответственность.

В научной статье будут рассмотрены вопросы, связанные с определением предпринимательства как экономического и социального явления, развитием

предпринимательства в России, и что этому способствует, ролью предпринимателя и его участия в социальном и экономическом развитии страны.

Термин «предпринимательство» впервые появился в XVII веке благодаря английскому экономисту Р. Кантильону, который сформулировал соответствующую концепцию и дал определение «предпринимателя», под которым он понимал человека, действующего в условиях рынка.

Также, такие известные экономисты как Адам Смит и Ж.Б. Сей, внесли значимый вклад в развитие теории предпринимательства. Под термином «предприниматель», Адам Смит подразумевал собственника, который идёт на экономический риск с целью осуществления идеи, которая принесёт в будущем прибыль. Собственник, по мнению Адама Смита, самостоятельно занимается организацией производства и распоряжением полученной прибыли.

Ж.Б. Сей высказал мнение о том, что к функциям предпринимателя относятся: совокупность факторов производства, опыт, который можно использовать для принятия решений при осуществлении предпринимательства и информация, также значимая для создания и управления производством.

Й. Шумпетер считал предпринимательство одним из особых экономических факторов, как и капитал, труд и земля. По его мнению, предпринимательство — это определённая сила, объединяющая и преобразующая все ресурсы в новые, уникальные новаторства и представляющая собой движущую силу развития и социальных перемен, которая основывается на специальных знаниях и предпринимательских качествах. Предпринимательский процесс возрождения и обновления Й. Шумпетер считал, что именно предпринимательство даёт возможность создать что-то новое. Взгляды Й. Шумпетера на предпринимательство поддерживал и развивал австрийский ученый Ф.А. Хайек. Согласно Ф.А. Хайеку, под предпринимателем понимается лицо, которое в условиях неограниченности той среды, где развивается конкуренция, стремится достичь наиболее эффективного применения своих уникальных знаний с рыночной ситуацией, которое в дальнейшем обеспечит ему первенство в конкуренции и больший доход.

К. Макконнелл и С. Брю представляют предпринимательство как особый вид деятельности, в основе которой лежат определенные условия и требования:

- предприниматель берет на себя ответственность ресурсы, используемые для производства, его дальнейшее развитие и которое в будущем может приносить прибыль;
- предприниматель ответственен за принятие главных решений и определение приоритетного курса по развитию предприятия;
- предприниматель является новатором, создающий и выводящий на рынок новые товары и услуги, новые производственные технологии и т.д.;
- предприниматель - человек, осознающий риск на который он идёт. Риск связан со временем, трудом, деловой репутацией, вложенными средствами своими собственными и своих компаньонов.

Академик Л. Абалкин считал, что предпринимательство следует изучать, как особый вид деятельности, имеющей отличительные признаки: свобода в выборе направлений и методов работы; самостоятельность в принятии решений; ответственность за принимаемые решения и риск, связанный с их последствиями; приоритет на достижение коммерческого успеха, получение прибыли.

Из этого следует, что предпринимательство — это особый вид творческой деятельности, связанный с инициативой и риском и, как профессиональная деятельность, действенный стимул к высокопроизводительному труду, получению прибыли и удовлетворению личных и общественных потребностей.

В современной России активная предпринимательская деятельность началась после опубликования Гражданского Кодекса Российской Федерации 1 января 1995 года. В кодексе

получили своё законодательное закрепление формы отечественного предпринимательства, осуществляемого различными предприятиями, товариществами и обществами.

Также в Федеральном законе «О предприятиях и предпринимательской деятельности» определяется цель предпринимательства, которую можно сформулировать как деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли.

Деятельность предпринимателя подразумевает под собой выполнение конкретных функций, которые обеспечивают привлечение рабочей силы и создание новых рабочих мест, достижение прибыли и влияния на рынке, улучшение экономических отношений, производство новых товаров и услуг, предоставление своих производственных результатов на рынке и т.д.

На современном этапе развития предпринимательство должно развиваться в быстром темпе, постоянно увеличиваться и совершенствоваться. Улучшению предпринимательства способствует космополитизм, благодаря которому российские предприниматели имеют возможность совершенствоваться и развивать свои организационно-правовые формы, учитывая опыт не только соотечественников, но и перенимать мировой опыт деятельности различных форм хозяйствования. А затем, адаптировать его с учётом традиционных для России особенностей экономической сферы, культурных и исторических традиций государства.

Всё это позволяет создавать не только крупные предприятия, но и заниматься малым бизнесом. Что даёт возможность создать многообразие предлагаемых товаров и услуг в совершенно разных отраслях и направлениях экономики России. На современном этапе развития, законодательство способствует простому и быстрому созданию бизнеса, но за счёт этого возрастает конкуренция в перспективных нишах российского рынка.

Предприниматели играют важную роль в экономическом и социальном развитии страны. Это обусловлено тем, что они создают новые рабочие места, создают новые товары и услуги, основанные на современных технологиях и новаторских идеях, стимулируют экономику страны. Помимо этого, у предпринимателей разного уровня есть возможность быть социально ответственными, участвовать в общественной благотворительности, влиять на развитие социальной сферы общества. Например, многие новые технологии и услуги, которые создают предприниматели, впоследствии становятся основой для развития большинства социальных проектов, например, предоставляют средства для образования, спорта или культуры, что положительно влияет на улучшение качества жизни граждан.

В экономическом развитии предприниматели также играют важную роль, влияют на увеличение доходов и спроса на качественные продукты, способствуют многообразию. Всё это благоприятно отражается на всех предприятиях в целом и как следствие, повышает конкурентоспособность. В свою очередь конкурентоспособность способствует возрастанию качества товаров и услуг, снижению цен на них, повышению доступности для потенциальных потребителей. Особенно новаторство предпринимателей способствует эффективности и конкурентоспособности бизнеса, что в последствие положительно влияет на экономику страны.

Стоит отметить, что предприниматели, создавая свой бизнес инвестируют в экономику государства, что является одним из факторов её роста. В свою очередь, такое инвестирование влияет положительно не только на экономику страны, но и на бизнес предпринимателей, так как позволяет им расширять и развивать своё производство. Все эти факторы способствуют снижению безработицы, за счет создания рабочих мест, повышению конкурентоспособности на рынке и развитию рынка товаров и услуг.

Предпринимательство играет важную роль и в социальном развитии страны. Предприниматели могут создавать комфортные условия работы для сотрудников и обеспечить возможность социального интегрирования для граждан. Также, помимо этого, предприниматели инвестируют часть прибыли в благотворительность, либо вкладывают их в развитие социальных программ, направленных на улучшение качества жизни разных слоёв населения, инвестируют в научные и образовательные проекты, что будет положительно влиять на уровень образования в стране и национальное развитие.

Но при этом не стоит забывать о том, с какими рисками могут столкнуться предприниматели. Например, бизнес может столкнуться с неожиданными трудностями в



результате изменений на рынке или неправильных решений менеджмента. Тем не менее, социальные и экономические выгоды, получаемые от предпринимательства, гораздо превышают потенциальные риски.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что предпринимательство является важным составляющим фактором экономического развития страны, является неотъемлемой частью экономической и социальной сферы общества, так как предпринимательство, как экономическое явление, в целом благотворно влияет на развитие страны во многих сферах жизни общества, особенно в социальной и экономической сфере государства.

\*\*\*

1. Сухарев, О. С. Экономическая теория. Современные проблемы : учебник для вузов / О. С. Сухарев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-10422-6.
2. Экономическая теория : учебник для вузов / В. Ф. Максимова [и др.] ; под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 592 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12547-4.
3. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Высшее образование).
4. Каложнова, Н. Я. Социальное предпринимательство : учебное пособие для вузов / Н. Я. Каложнова, Е. П. Огаркова, М. А. Осипов ; под редакцией Н. Я. Каложновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 114 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11478-2.
5. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства : учебное пособие для вузов / Р. М. Иванова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08515-0.
6. Вицелярова Карина Николаевна, Керашева Ася Аслановна «Предпринимательство как институт современного российского общества» // Вестник Науки и Творчества. 2022.
7. Горшенина Е.В., Вицелярова К.Н. Теория и практика предпринимательской деятельности (предпринимательства) // Экономические исследования. - 2020. - № 1 [Электронный ресурс].
8. Захарова Н.В. «Малое и среднее предпринимательство в развитых странах: основные особенности развития» // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2020.

**Ван Д.**

**Формирование маркетинговой технологии продвижения на рынок продуктов питания**

*МГУ им. Ломоносова  
(Россия, Москва)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-73*

#### **Аннотация**

В последние годы пищевая промышленность переживает беспрецедентный рост, что приводит к острой конкуренции на рынке. Чтобы выжить в этой динамичной среде, производители продуктов питания все чаще обращаются к решениям в области маркетинговых технологий для получения конкурентных преимуществ. В данной научной статье рассматривается становление и влияние маркетинговых технологий в продвижении продуктов питания на рынок. В исследовании рассматриваются ключевые аспекты маркетинговых технологий, включая аналитику данных, маркетинг в социальных сетях и стратегии электронной коммерции, применительно к пищевой промышленности. Используя возможности анализа данных, компании могут более эффективно направлять свои маркетинговые усилия, адаптируя кампании к предпочтениям и поведению потребителей. Кроме того, рассматривается использование передовых технологий, таких как дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR), в продвижении продуктов питания, что позволяет повысить вовлеченность потребителей и наглядность продукции. В заключение следует отметить, что данная статья подчеркивает важную роль маркетинговых технологий в продвижении продуктов питания, позволяя компаниям устанавливать инновационные связи с целевой аудиторией, адаптироваться к тенденциям рынка и в конечном итоге добиваться устойчивого роста.

**Ключевые слова:** маркетинговые технологии, продукты питания, аналитика данных, маркетинг в социальных сетях, электронная коммерция, дополненная реальность, виртуальная реальность, вовлечение потребителей, продвижение на рынке.

### Abstract

The food industry has witnessed unprecedented growth in recent years, leading to intense competition in the market. To thrive in this dynamic landscape, food product manufacturers are increasingly turning to marketing technology solutions to gain a competitive edge. This scientific article explores the formation and impact of marketing technology in the promotion of food products on the market.

This study delves into the key aspects of marketing technology, including data analytics, social media marketing, and e-commerce strategies, as they apply specifically to the food industry. By harnessing the power of data-driven insights, businesses can target their marketing efforts more effectively, tailoring campaigns to consumer preferences and behavior. Furthermore, the utilization of advanced technologies such as augmented reality (AR) and virtual reality (VR) in food product promotion is examined, highlighting their potential to enhance consumer engagement and product visibility.

In conclusion, this article underscores the vital role that marketing technology plays in promoting food products, enabling businesses to connect with their target audience in innovative ways, adapt to market trends, and ultimately achieve sustainable growth.

**Keywords:** marketing technology, food products, data analytics, social media marketing, e-commerce, augmented reality, virtual reality, consumer engagement, market promotion.

Пищевая промышленность представляет собой многообразный и высококонкурентный сектор, в котором постоянно меняются потребительские предпочтения и динамика рынка. В этих условиях эффективное продвижение продуктов питания становится важнейшим фактором успеха бизнеса. Традиционных методов маркетинга уже недостаточно для удовлетворения запросов современного, технологически подкованного потребителя.

Маркетинг на рынке продуктов питания имеет свои особенности, обусловленные совокупностью факторов, присущих данной отрасли. Эти уникальные характеристики оказывают существенное влияние на маркетинговые стратегии и поведение потребителей. Прежде всего, продовольственные товары часто имеют короткий срок хранения и подвержены сезонности. Это требует точного планирования для эффективного управления спросом и предложением. Кроме того, жесткие санитарно-гигиенические нормы требуют не только соблюдения, но и прозрачного общения с потребителями для укрепления доверия [1].

В пищевом секторе трудно переоценить значение репутации бренда. Негативная реклама или отзыв продукции могут нанести долгосрочный ущерб. Кроме того, вкус и эстетическая привлекательность имеют первостепенное значение, поскольку потребители стремятся к сенсорному удовлетворению. Культурные и региональные предпочтения еще больше диверсифицируют рынок, требуя индивидуального подхода [2].

Упаковка и маркировка - неотъемлемые компоненты маркетинга продуктов питания, выполняющие как функциональную, так и информационную роль. Каналы сбыта очень разнообразны - от традиционных продуктовых магазинов до моделей "прямого доступа к потребителю", и каждый из них требует применения уникальных маркетинговых тактик.

Акции и скидки оказывают значительное влияние на поведение потребителей, а вопросы экологичности и этики становятся все более актуальными. Готовность к антикризисному управлению жизненно важна, учитывая возможность возникновения заболеваний пищевого происхождения или отзыва продуктов питания. Чтобы оставаться конкурентоспособным, необходимо следить за быстро меняющимися тенденциями и инновациями в пищевой промышленности.

Маркетинг продуктов питания также учитывает культурное и социальное влияние, приурочивая его к праздникам и культурным событиям. В условиях жесткой конкуренции

требуется эффективная дифференциация. Активное взаимодействие с потребителями с помощью интернет-платформ и социальных сетей имеет большое значение [3].

Местные поставщики и движение «от фермы к столу» подчеркивают важность акцентирования внимания на происхождении ингредиентов. Таким образом, маркетинг на рынке продуктов питания является многогранным процессом, требующим глубокого понимания динамики потребительского спроса, соблюдения нормативных требований и адаптации к меняющимся предпочтениям и тенденциям.

В таблице 1 представим основные маркетинговые технологии в продвижении продуктов на рынок питания.

Таблица 1

*Основные маркетинговые технологии в продвижении продуктов на рынок питания.*

<i>Маркетинговые технологии</i>	<i>Применение маркетинговых технологий при продвижении продуктов питания</i>	<i>Преимущества и недостатки</i>
<i>Аналитика данных</i>	<i>Анализ поведения потребителей, их предпочтений и тенденций Персонализация маркетинговых кампаний</i>	<i>Улучшение таргетинга, повышение конверсии, расширение знаний о потребителях</i>
<i>SMM</i>	<i>Использование социальных медиаплатформ для продвижения продукции, маркетинга влияния, пользовательского контента</i>	<i>Расширение охвата, повышение узнаваемости бренда, взаимодействие с потребителями в режиме реального времени</i>
<i>Контент-маркетинг</i>	<i>Создание и распространение ценного, релевантного контента (блоги, видео, инфографика)</i>	<i>Создание авторитета, укрепление доверия, просвещение потребителей</i>
<i>Стратегии электронной коммерции</i>	<i>Продажа продуктов питания через Интернет, в том числе D2C, онлайн-маркетплейсы, услуги подписки</i>	<i>Расширение охвата рынка, удобство покупок, оптимизация цепочки поставок</i>
<i>E-mail маркетинг</i>	<i>Расылка целевых email-кампаний подписчикам</i>	<i>Прямое общение, развитие отношений с клиентами, продвижение предложений</i>
<i>Мобильный маркетинг</i>	<i>Таргетированная реклама, приложения и SMS-маркетинг для мобильных пользователей</i>	<i>Повышение вовлеченности потребителей, промоакции на основе местоположения</i>
<i>Маркетинг влияния</i>	<i>Сотрудничество с влиятельными лицами в социальных сетях для продвижения продуктов</i>	<i>Аутентичное одобрение, охват нишевых аудиторий</i>
<i>AR/VR</i>	<i>Интерактивные впечатления от продукта с помощью AR-приложений Иммерсивные истории и впечатления от бренда</i>	<i>Повышение вовлеченности потребителей, визуальное изучение продукта Запоминающийся брендинг, уникальное вовлечение потребителей</i>

В таблице приведены основные маркетинговые технологии, используемые при продвижении продуктов питания на рынок. Эти технологии играют ключевую роль в современном маркетинге продуктов питания, предоставляя бизнесу различные преимущества. Аналитика данных является краеугольным камнем, позволяющим бизнесу принимать обоснованные решения и создавать высокоперсонализированные маркетинговые кампании, которые находят отклик у потребителей [4].

Социальные медиа, контент-маркетинг и маркетинг влияния играют важную роль в привлечении потребителей в цифровом формате, охвате широкой аудитории и формировании лояльности к бренду [5]. Стратегии электронной коммерции расширили охват рынка, предоставив потребителям удобные варианты покупки продуктов питания через Интернет, а также оптимизировали управление цепочками поставок.

Такие технологии, как AR и VR, предлагают уникальные и захватывающие способы вовлечения потребителей, обеспечивая незабываемые впечатления и повышая наглядность

продукции. Эти технологии обеспечивают прямые каналы связи, позволяя компаниям поддерживать отношения с клиентами и продвигать специальные предложения.

В заключение следует отметить, что маркетинговые технологии не только меняют способы продвижения продуктов питания, но и перестраивают саму пищевую промышленность. Предприятия, использующие эти технологии, могут оставаться конкурентоспособными, эффективнее взаимодействовать с целевой аудиторией и в конечном итоге добиваться большего успеха на рынке.

\*\*\*

1. Пушкарев, О.Н. Качество продукции, психология потребителя и современный маркетинг // Вестник экономики, права и социологии. – 2019. – №4. – С.55-57.
2. Маркова, Т.В. Современный маркетинг пищевых предприятий / Т.В. Маркова, В.В. Филатов // Коммерция и сервис: проблемы и перспективы развития. – 2020. – С.36-39.
3. Мейлиева, Д.Б. Разработка маркетинговой стратегии по обеспечению внутреннего рынка детским питанием / Д.Б. Мейлиева, Д.Ш. Рахматов // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. – 2022. – С.131-134.
4. Григорян, Е.С. Маркетинг в общественном питании / Е.С. Григорян, Е.А. Соколова, Г.Т. Пиканина. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 352 с.
5. Кузнецова, Е.В. Digital-маркетинг на рынке кондитерских изделий / Е.В. Кузнецова, В.В. Стрижова // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. – 2020. – С.97-104.

**Варфоломеева Е.Н.**

**Роль личных подсобных хозяйств в обеспечении продовольственной безопасности**

*ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»*

*(Россия, Уфа)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-74*

#### **Аннотация**

В статье рассмотрена роль личных подсобных хозяйств в обеспечении продовольственной безопасности. Оценена динамика производства личными подсобными хозяйствами (хозяйствами населения) продукции сельского хозяйства. Обозначены наиболее значимые трудности, мешающие личным подсобным хозяйствам осуществлять сельскохозяйственную и сбытовую деятельность. Предложены рекомендации, нацеленные на преодоление названных трудностей и повышение значимости личных подсобных хозяйств в обеспечении продовольственной безопасности.

**Ключевые слова:** личное подсобное хозяйство, хозяйства населения, продовольственная безопасность, сельскохозяйственная продукция.

#### **Abstract**

The article considers the role of private farms in ensuring food security. The dynamics of production of agricultural products by personal subsidiary farms (households of the population) is assessed. The most significant difficulties that prevent personal subsidiary farms from carrying out agricultural and marketing activities are indicated. Recommendations are proposed aimed at overcoming these difficulties and increasing the importance of personal subsidiary plots in ensuring food security.

**Keywords:** personal subsidiary farming, household households, food security, agricultural products.

Известно, что продовольственная безопасность определяет основу национальной безопасности и важное направление развития аграрного сектора экономики. Благодаря ей обеспечивается продовольственная независимость страны и гарантируется удовлетворение потребностей населения в жизненно важных продуктах с учетом научно-обоснованных и утвержденных в законодательном порядке норм их потребления [1]. Продовольственную независимость государства следует рассматривать как условие обеспечения продовольственной

безопасности, при котором в случае сокращения или прекращения импорта продовольствия не возникнет продовольственный кризис. Как часть концепции национальной экономической безопасности продовольственная независимость позволяет иметь в достаточных объемах государственные продовольственные резервы, формировать торговый и платежный балансы. В свою очередь общая экономическая безопасность оказывает существенное влияние на решение государственных социально-экономических задач [2].

Ведение личного подсобного хозяйства предполагает, что граждане занимаются непредпринимательской деятельностью, связанной с производством и переработкой сельскохозяйственной продукции. Это делается в основном для удовлетворения собственных потребностей, хотя иногда продукцию можно продать, чтобы заработать дополнительные средства.

Однако самостоятельная продажа сельскохозяйственной продукции или ее излишков может вызвать определенные трудности. Например, инфраструктура сбыта может быть слабо развита, что может привести к потере продукции.

В условиях напряженной геополитической обстановки и дефицита собственного производства продуктов питания в стране, важно разработать механизмы успешной реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами. Это позволит повысить вклад в обеспечение продовольственной безопасности государства, учитывая, что личные подсобные хозяйства играют значительную роль в общем объеме сельскохозяйственного производства.

За последнее пять лет доля хозяйств населения в структуре продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств по Российской Федерации сократился на 7,6 (24,52%), объем посевных площадей сельскохозяйственных культур в стране сократился на 32%. Наибольший вклад в их освоение вносят сельскохозяйственные организации, доля которых составляет 60,4% в 2022 году (таблица 1)

Таблица 1

Структура продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств по Российской Федерации (в фактически действовавших ценах; в процентах от хозяйств всех категорий) за 2018-2022гг [4].

Показатели	018г.	019г.	020г.	021г.	022г.	Отклонение (2022г. к 2018г.), +/-	Темп роста (2022г. к 2018г.), %
Хозяйства всех категорий	00	00	00	00	00	x	x
в том числе:						x	x
сельскохозяйственные организации	6,5	7,7	8,5	9,2	0,4	+3,9	106,9
хозяйства населения	1,0	8,6	6,6	5,4	3,4	-7,6	75,48
крестьянские (фермерские) хозяйства	2,5	3,7	4,9	5,4	6,2	+3,7	129,6

Более наглядно динамика развития сельского хозяйства представлена на рисунке 1 (рисунок 1).

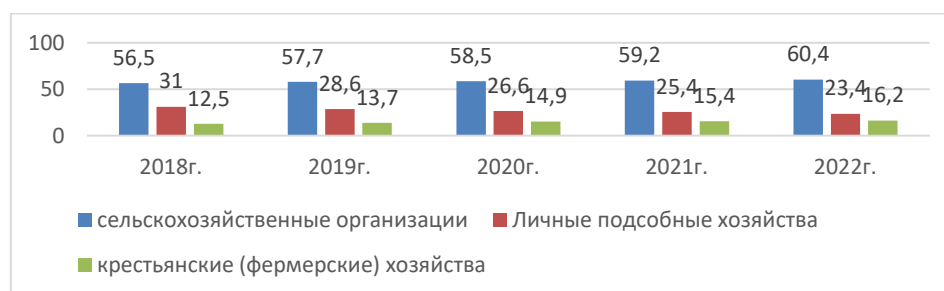


Рисунок 1. Продукция сельского хозяйства по категориям хозяйств по Российской Федерации за 2018-2022гг.

В структуре посевных площадей Российской Федерации в разрезе видов сельскохозяйственных культур, производимых ЛПХ населения, существенная доля приходится на картофель. Однако на протяжении анализируемого периода доля картофеля сокращается в пользу зерновых и кормовых культур (рисунок 2).

Таблица 2

Посевные площади сельскохозяйственных культур по Российской Федерации за 2017-2021гг. (хозяйства населения; тысяч гектаров) [4].

Показатели	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	Отклонение (2021г. к 2017г.), +/-	Темп роста (2021г. к 2017г.), %
Вся посевная площадь	2505	2432	2305	2266	2347	-158	93,69
из них:	х	х	х	х	х	х	х
Зерновые и зернобобовые культуры	455	428	421	438	536	81	117,80
Технические культуры	42	42	39	42	52	10	123,81
Картофель	1049	1014	949	906	866	-183	82,55
Овощи	352	345	329	320	315	-37	89,49
Кормовые культуры	528	526	501	500	510	-18	96,59

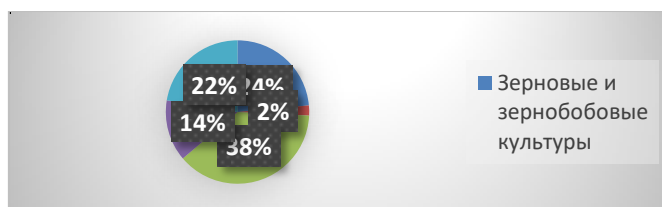


Рисунок 2. Доля сельскохозяйственных культур личных подсобных хозяйств в общей доле посевных площадей в 2021 году.

Вклад личных подсобных хозяйств по поголовью сельскохозяйственных животных отражен в таблице 3 (таблица 3).

Таблица 3

Структура поголовья сельскохозяйственных животных в личных подсобных хозяйствах населения Российской Федерации, в % от поголовья сельскохозяйственных животных в хозяйствах всех категорий.

Показатели	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	Отклонение (2022г. к 2018г.), %
Крупный рогатый скот	40,8	40,2	39,3	38,6	37,8	-3
Свиньи	10,6	9,6	8,6	7,4	6,3	-4,3
Овцы и козы	46,4	45,9	46,5	45,9	45,2	-1,2
Лошади	49,8	50,2	51,6	52,4	52,6	+2,8
Птица	15,3	14,8	15,0	14,0	13,2	-2,1
Северные олени	43,5	41,1	39,0	36,0	34,4	-9,1
Кролики	77,5	74,6	73,7	67,8	67,9	-9,6
Пчелосемьи, тыс. штук	93,8	94,0	93,9	93,6	93,6	-0,2

Из таблицы 3 можно увидеть уменьшение в 2022г. по сравнению с 2018г. крупного рогатого скота на 3%, свиней – на 4,3%, овец и коз – на 1,2%, птиц – на 2,1%, северных оленей – на 9,1%, кроликов – на 9,6%, пчелосемей – на 0,2. Положительная динамика наблюдается только в увеличении поголовья лошадей на 2,8%.

Основной причиной сложившейся ситуации является отсутствие благоприятных условий для производства и успешной реализации сельскохозяйственной продукции населением. Люди предпочитают производить привычные объемы продукции, не желая рисковать даже в условиях повышенной необходимости.



В настоящее время потенциальные риски довольно велики. Наиболее проблемными аспектами являются следующие:

1. Слабая развитость производственной инфраструктуры в районах, предназначенных для ведения личного подсобного хозяйства. Это может привести к низкой урожайности и повышенным рискам.
2. Недостаточно развитая инфраструктура сбыта сельскохозяйственной продукции, произведенной в личных подсобных хозяйствах. Реализация продукции приносит меньше выгоды, чем могла бы, из-за отсутствия эффективных каналов сбыта.
3. Необходимость разработки и внедрения эффективных механизмов продвижения и маркетинга продукции, производимой в личных подсобных хозяйствах.

Преодолеть обозначенные трудности можно попытаться за счет проведения следующих мероприятий.

1. Развивать инфраструктуру обслуживания и обеспечения сельскохозяйственной деятельности личных подсобных хозяйств. Создать новые подъездные пути, места хранения, оснащенные холодильным оборудованием, обеспечить необходимые средства связи, энергоресурсы и водные ресурсы [3]. При этом немаловажно учитывать мнения граждан, осуществляющих ведение личного подсобного хозяйства, для решения наиболее злободневных вопросов.
2. Начать постепенное внедрение автоматизации в сельскохозяйственную деятельность личных подсобных хозяйств, которая позволит на основе научной организации растениеводства (в дальнейшем и животноводства) значительно упростить и ускорить сопутствующие операции, а также увеличить производительность.
3. Разработать интернет-портал, который будет способен отображать актуальный спрос и предложение сельхоз продукции, а также содержать дополнительные параметры (описание товара, карта расположения, время доставки, расчет стоимости и т.д.).
4. Организовать работу дополнительных пунктов санитарного и ветеринарного надзора для соблюдения необходимых требований к безопасности сельскохозяйственной продукции.
5. Повысить уровень заинтересованности населения (в том числе молодого) в участии в сельскохозяйственной деятельности. Например, проводить различные выставочно-ярмарочные мероприятия с низким порогом вхождения (в плане требований к участникам). Осуществление названных ранее мероприятий также поспособствует этому.

\*\*\*

1. Буранбаева Л. З., Гильмутдинова Р. А., Дубинина Э. В., Жилина Е. В. Роль личных подсобных хозяйств в обеспечении продовольственной безопасности в условиях развития потребительской кооперации // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). — 2021. — № 3 (52). — С. 49–57. DOI: 10.47598/2078-9025-2021-3-52-49-57
2. Дубинина Э. В., Жилина Э. В. Продовольственная безопасность как составляющая экономической безопасности: проблемы и пути их решения // Региональные аспекты экономической безопасности: сб. материалов Всерос. молодежной науч.-практич. конф., посвященной 100-летию Республики Башкортостан (Уфа, 1 ноября 2019 г.). — Уфа: Башкирский гос. ун-т, 2019. — С. 72–75.
3. Романцов Р.С. Проблемы и перспективы развития личных подсобных хозяйств / Р.С. Романцов, А.А. Тубалец. — EDN TJUUZA // Правовые и социально-экономические проблемы современной России: теория и практика: сб. статей VIII Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 17–18 нояб. 2020 г. Пенза: Пензенс. гос. аграр. ун-т, 2020. — С. 202–207.
4. Федеральная служба государственной статистики. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – URL: [https://rosstat.gov.ru/enterprise\\_economy](https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy) (дата обращения: 28.07.2023г.)

Гонтарь П.А.

**Экономические особенности методики оценки эффективности системы управления предприятием в условиях геополитического давления**

Университет Синергия  
(Россия, Санкт-Петербург)

doi: 10.18411/trnio-10-2023-75

**Аннотация**

В статье представлены особенности методики оценки эффективности системы управления предприятием, обоснована повышение значимости данного процесса в условиях геополитического давления. Показано, что сегодня важно обеспечивать постоянную комплексную оценку, основанную не только на прошлых показателях, но и обеспечивающую стратегические возможности в будущем и способную адаптировать стратегию предприятия в зависимости от меняющихся условий. Предложены четыре блока оценки и комплексная система показателей, включающая абсолютные и относительные показатели в трех категориях: финансовой, бухгалтерской и рыночной.

**Ключевые слова:** показатели оценки, стратегические цели, адаптация к окружающей среде, методы управления.

**Abstract**

The article presents the features of the methodology for assessing the effectiveness of an enterprise management system, and substantiates the increase in the importance of this process in conditions of geopolitical pressure. It is shown that today it is important to provide a constant comprehensive assessment, based not only on past performance, but also providing strategic opportunities in the future and capable of adapting the enterprise strategy depending on changing conditions. Four assessment blocks and a comprehensive system of indicators are proposed, including absolute and relative indicators in three categories: financial, accounting and market.

**Keywords:** assessment indicators, strategic goals, adaptation to the environment, management methods.

В условиях рыночной экономики деятельность компаний постоянно меняется и неотделима от риска, поэтому для того, чтобы деятельность была эффективной, финансовая и экономическая информация, доступная компании, должна постоянно анализироваться и оцениваться. Компании, которые стремятся к непрерывности бизнеса и хотят повысить конкурентоспособность, должны использовать различные методы и системы анализа, постоянно анализируя свою деятельность. Однако в современных условиях, когда санкции развитых государств меняют привычную среду бизнес-взаимодействия и трансформируют традиционно сложившиеся инструменты управления, старые методы теряют свою эффективность [1].

Эффективность – сложная экономическая категория, поэтому в последнее время ей уделяется все больше внимания, поскольку данная оценка важна не только при анализе текущего финансового состояния, но и при выявлении резервов, изучении перспектив бизнеса и возможностей улучшения деятельности, что особенно актуально в условиях геополитического давления, влияние которых нельзя изменить, к ним нужно приспособиться [2].

Многие компании имеют хорошо продуманные бизнес-планы, которые кажутся оптимальными, но остаются невыполненными. Традиционно компании развивают свою деятельность и повышают ее эффективность двумя способами: используя стратегию «сверху вниз», когда решения и предложения принимаются руководством, или «снизу вверх» (локальные инициативы), когда продвигаются отдельные процессы улучшения по нижней цепочке компании. Оба эти метода, если они не связаны друг с другом, имеют недостатки: первый метод из-за недостаточной специфичности, а второй из-за недостаточной связи с общей корпоративной стратегией. Ситуация осложняется действием внешних факторов, негативное воздействие которых может серьезно повлиять на эффективность.



Для решения проблемы проактивного управления необходим ряд методов и критериев и переход от простейших наборов показателей измерения осуществлен переход к сложным системам показателей оценки эффективности, которые измеряют не только уже достигнутые результаты или оценивают текущую ситуацию, но и диагностируют готовность к будущей деятельности. В качестве удачного примера перевода разработанной системы измерения эффективности в инструмент стратегического управления можно назвать систему сбалансированных показателей, главный принцип которой заключается в том, что управлять можно только тем, что можно измерить.

Адаптация отдельных методов оценки в процессе оценки деятельности организации в целом является актуальной проблемой, создаваемой противоречием различных теоретических (измерения, планирования и контроля) методов, пригодности для оценки и управления различными сторонами деятельности организации, а также конкретные информационные потребности организации, которые подразумевают политический, экономический и культурный контекст. Кроме того, оценка деятельности компаний только на основе финансовых показателей неизбежно устареет [3].

Сегодняшний успех компании все больше зависит от различных показателей, включающих такие, как лояльность клиентов, узнаваемость бренда или конкурентное преимущество. Однако, их эффективность не может быть измерена исключительно с помощью финансового учета, и стратегическое управление становится неконтролируемым, то есть, бизнес начинает развиваться органично. На основании анализа актуальности темы можно констатировать, что существует немало финансово-экономических показателей, которые описывают эффективность деятельности компании, но на практике лишь немногие компании оценивают показатели эффективности, тем самым, не осознавая как важности, так и пользы показателей для принятия будущих решений. Следует также отметить, что обоснование методики оценки эффективности деятельности организации только финансовыми показателями не обеспечивает роста экономической стоимости компании.

По нашему мнению, традиционные системы оценки эффективности не помогают решать управленческие проблемы, возникшие в условиях динамичных условий ведения бизнеса, поэтому необходимы более современные и продвинутые способы оценки эффективности (табл.1).

Таблица 1

*Основные принципы традиционных и инновационных систем оценки эффективности (авторское обобщение по данным [4, 5]).*

<i>Традиционная система оценки эффективности</i>	<i>Предлагаемая система оценки эффективности</i>
<i>По финансовым результатам компании</i>	<i>Поддерживается реализация стратегии компании</i>
<i>По стоимости и эффективности</i>	<i>На основе ценности, созданной компанией</i>
<i>Ориентация на прибыль</i>	<i>Ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов/пользователей</i>
<i>Оценивает результаты предыдущего периода</i>	<i>Оценивает текущую ситуацию в компании.</i>
<i>Малый временной горизонт</i>	<i>Долгосрочный горизонт</i>
<i>Сравнение со стандартом</i>	<i>Оценка прогресса</i>
<i>Функциональная оценка деятельности компании</i>	<i>Вертикальная оценка деятельности компании, срез всей организации.</i>
<i>Не показывает причины результата производительности</i>	<i>Анализирует причины, приводящие к результату деятельности.</i>
<i>Улучшайте результаты, делая больше</i>	<i>Улучшение результатов за счет улучшения производительности</i>
<i>Не способствует развитию</i>	<i>Способствует развитию компании</i>

По мнению автора, наиболее важным является соблюдение принципов этих моделей оценки эффективности, то есть, стремление отражать оценку эффективности не случайно выбранными показателями, а отбирать их по определенной системе на основе нескольких критериев оценки эффективности и измеряющих их показателей, которые должны быть выбраны в тесной связи с факторами успеха деятельности организации и конкретными стратегическими целями, поставленными в период оценки.

В зависимости от целей исследования методика оценки должна состоять из четырех частей, в которые входят вопросы, связанные с: внешней средой организации; системой управления организационной деятельностью (общая характеристика, а также методы, инструменты); организационной стратегией; возможностями и основными видами деятельности организации [6]. Такая комплексная система показателей представлена в таблице 2.

Таблица 1

## Комплексная система показателей эффективности предприятия.

<b>Обозначение</b>	<b>Описание</b>
<b>Бухгалтерские показатели эффективности предприятия</b>	
<b>Абсолютные показатели</b>	
<i>EBIT</i>	<i>прибыль до налогообложения и уплаты процентов (операционная прибыль)</i>
<i>EBITDA</i>	<i>прибыль до налогообложения, процентных платежей и износа и амортизации DEP – амортизация</i>
<i>NOPAT</i>	<i>Операционная прибыль после налогообложения</i>
<i>EBIDAAT</i>	<i>EBIDAAT – прибыль до вычета процентов и амортизации, после налогообложения</i>
<b>Относительные показатели</b>	
<i>ROI</i>	<i>коэффициент рентабельности капитала</i>
<i>ROA</i>	<i>коэффициент рентабельности активов</i>
<i>ROS</i>	<i>индекс рентабельности продаж</i>
<i>ROE</i>	<i>коэффициент рентабельности собственного капитала</i>
<i>DFL</i>	<i>степень финансового рычага, остальные символы – как и раньше</i>
<i>DOL</i>	<i>уровень операционного рычага</i>
<b>Финансовые показатели эффективности</b>	
<b>Абсолютные показатели</b>	
<i>FCF</i>	<i>свободный денежный поток</i>
<i>FCFE</i>	<i>свободный денежный поток для собственников</i>
<i>GCF</i>	<i>валовой денежный поток, другие обозначения – как и раньше</i>
<i>CVA</i>	<i>денежная добавленная стоимость</i>
<b>Относительные показатели</b>	
<i>IRR</i>	<i>внутренняя ставка доходности остальные символы – как и раньше</i>
<i>CFROI</i>	<i>денежная ставка доходности остальные символы – как и раньше</i>
<i>WACC</i>	<i>средневзвешенная стоимость капитала</i>
<b>Рыночные показатели</b>	
<b>Абсолютные показатели</b>	
<i>EVA</i>	<i>экономическая добавленная стоимость Другие обозначения – как и раньше</i>
<i>EVC</i>	<i>оценочная стоимость созданных других обозначений – как и раньше</i>
<i>MVA</i>	<i>рыночная добавленная стоимость</i>
<i>SVA</i>	<i>добавленная стоимость для акционеров</i>
<b>Относительные показатели</b>	
<i>TSR</i>	<i>общая доходность для акционеров, норма прибыли на акции</i>
<i>VCI</i>	<i>индекс создания стоимости, другие обозначения – как и раньше</i>

Предлагаемая система показателей включает критерии, позволяющие оценить такие аспекты экономической эффективности, как: 1. внешняя среда: рынок, конкуренция; 2. система управления эффективностью: общие характеристики: текущая ориентация, ориентация на прошлое/будущее, временные ограничения, полномочия по управлению, продвижение, поддержка, формализация, специализация; инструменты, методы (методы

управления, информационно-технологическое обеспечение, показатели); 3. потенциал предприятий, основная деятельность, основные задачи (направления деятельности, отрасль)

4. Важные условия принятия решений, стратегия: система организационных целей.

Подводя итог, можно сказать, что предприятиям, которые хотят успешно работать и оставаться на конкурентном рынке, необходимо начать применять методы оптимизации для улучшения своей финансовых результатов, рассмотреть возможность управления деятельностью компании, что влияет на эффективность работы. Чтобы успешно конкурировать на международных рынках, компаниям особенно важно оценить свою деятельность и определить свое текущее положение по сравнению с конкурентами, уже присутствующими на этих рынках. Правильная оценка текущего состояния помогает гораздо объективнее прогнозировать методы и возможности развития деятельности – это одно из необходимых условий выживания и развития каждой компании.

В данной статье обосновано, что существующие традиционные показатели измерения стоимости организации не способны измерить реальные факторы, создающие стоимость. Традиционные системы оценки эффективности не помогают решать управленческие задачи в условиях динамичных условий бизнеса и усиления геополитического давления и санкций, поэтому они постепенно уступают место более современным и совершенным методам оценки эффективности.

Сегодняшний успех организации бизнеса определяется многими факторами, при правильном и рациональном использовании которых осуществляется точная, экономичная, эффективная, а главное прибыльная деятельность. Предложенная в статье система оценки эффективности предприятия объединяет всю деятельность для достижения целей и задач организации, также данная система показателей показывает, как деятельность отдельного направления влияет на деятельность предприятия, описывает не только прошлые результаты, но и предлагает опережающие индикаторы - сигналы раннего предупреждения, которые позволяют принимать упреждающие управленческие решения.

\*\*\*

1. Гринберг Р.С., Белозёров С.А., Соколовская Е. Оценка эффективности экономических санкций: возможности систематического анализа // Экономика региона. 2021. №2. С.354-374.
2. Шлычков В.В., «Санкции 2022» как главный вызов российской экономике // ВЭПС. 2022. №4. С.47-51.
3. Стафеева И. А., Широнина Е. М. Практические аспекты оценки эффективности системы управления промышленным предприятием // Вестник ГУУ. 2021. №3. С.19-24.
4. Ялунина Е.Н. практика применения методов оценки влияния внешних факторов на повышение эффективности системы управления предприятий химической отрасли // Московский экономический журнал. 2022. №7. С.411-419.
5. Радолов В.С., Чайников В.Н. Подходы к оценке эффективности управления машиностроительным предприятием // РППЭ. 2022. №11 (145). С.176-180.
6. Эффективность российских корпораций: взгляд со стороны различных субъектов / А. А. Киртянова, Е. А. Иванова, Е. О. Ким, Д. А. Ирхин // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 4 (462). Экономические науки. Вып. 76. С. 215—227.

**Григорьева Д.Р. Салихова Г.Р.**

**Реализация рыночных отношений в строительстве**

*Набережночелнинский институт КФУ  
(Россия, Набережные Челны)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-76

#### **Аннотация**

В статье рассматривается рыночная экономика, как возможность превращения строительства в одну из наиболее рентабельных секторов национальной экономики. В ней описаны основные факторы, процессы, понятия рыночного механизма и её движущей силы. Также подчеркивается, что рынок строительного комплекса сможет эффективно функционировать только при наличии развитой информационной системы. Так, строительный

рынок как открытая организационно-хозяйственная система в условиях рынка ставит перед субъектами задачи взаимных и экономических интересов.

**Ключевые слова:** рынок, строительство, отношения, промышленность, материалы.

### Abstract

The article considers the market economy as an opportunity to turn construction into one of the most profitable sectors of the national economy. It describes the main factors, processes, concepts of the market mechanism and its driving force. It is also emphasized that the construction complex market will be able to function effectively only if there is a developed information system. Thus, the construction market as an open organizational and economic system in market conditions poses tasks of mutual and economic interests to the subjects.

**Keywords:** market, construction, relations, industry, materials.

Современная экономика развитых стран носит рыночный характер. Рыночная система оказалась наиболее эффективной и гибкой для решения основных экономических проблем. Она формировалась не одно столетие, приобрела цивилизованные формы, и, по всей видимости, будет определять экономический облик будущего во всех странах мира [1].

Строительный рынок - открытая организационно-хозяйственная система

Строительный рынок представляет собой открытую организационно-хозяйственную систему: в условиях действия товарно-денежных отношений субъекты рынка (инвесторы, заказчики, подрядчики, проектные организации, предприятия промышленности строительных материалов и др.) реализуют свои взаимные и экономические интересы.

Строительный рынок как система включает:

- а. субъекты (элементы) строительного рынка;
- б. объекты (предметы) рыночных отношений;
- в. инфраструктуру рынка строительного комплекса;
- г. рыночный механизм;
- д. государственный контроль, регулирование и саморегулирование рынка.

Субъектами (элементами) строительного рынка считаются: инвесторы, заказчики, подрядчики, проектно-изыскательские организации, научно-исследовательские институты, предприятия промышленности строительных материалов, изделий и конструкций.

Объектами (предметами) рыночных отношений являются: строительная продукция (здания сооружения, объекты, их комплексы и др.); строительные машины, транспортные средства, энергетическое, технологическое и другое оборудование.

Движущей силой рыночного механизма остается наличие спроса и предложения. Государство устанавливает и регулирует институциональные зависимости субъектов строительного рынка и его инфраструктуры на основе налоговых обязательств, субвенций, антимонопольных мер, амортизационных отчислений и т.д..

Саморегулирование процессов рыночных отношений осуществляется посредством работы бирж, тендерных торгов, представляющих собой аукционы по купле-продаже инвестиционных ресурсов, строительной продукции, ценных бумаг, где цены формируются по закону спроса и предложения. [3].

Переход к рынку привел к смене сложившихся структур управления и систем взаимосвязей между ними.

Трансформировались понятия и права субъектов строительства (инвестиционной деятельности) – инвесторов и участников. Ими являются юридические лица и граждане, имеющие право на участие в инвестиционной деятельности в качестве собственников (распорядителей) инвестиций или исполнителей заказов.

Участниками инвестиционной деятельности являются: инвестор, заказчик, подрядчики, банки, страховые общества, проектировщики, посредники, научно-консультационные фирмы, иностранные организации.

На смену прямому директивному регулированию и непосредственному вмешательству государства во внутреннюю деятельность строительных организаций и других участников инвестиционного процесса приходят косвенные экономические регуляторы их деятельности. Совокупность самостоятельных хозяйственных предприятий, обслуживающих работу строительного комплекса в новых условиях, составляют рыночную структуру.

На смену строительным министерствам и главам приходят ассоциации свободных предпринимателей. Они на добровольной основе объединяют производителей и выполняют такие функции, как защита интересов строительных организаций, разработка фундаментальных основ технического прогресса, консультативные (в том числе юридические) функции, прогнозирование конъюнктуры, организация переподготовки кадров, поручительство и страхование рисков и др.

Коммерческие и кооперативные банки: Их задачи состоят в аккумулировании временно свободных средств и предоставлении их инвесторам.

Страховые компании: обеспечивают страхование предпринимательского риска и имущества.

Тендерные комитеты: организуют на конкурсной основе торги на получение контрактов на строительство, а также проведение аукционов по продаже незавершенных объектов государственной собственности.

Товарные биржи: осуществляют оптовую продажу строительных и других материалов и оборудования.

Валютные биржи обеспечивают свободную продажу конвертируемой валюты на основе соотношения спроса и предложения.

Фондовые (акционерные) биржи: создают рынок ценных бумаг акционерных и других компаний.

Консультационные фирмы: предоставляют объективную информацию (оценку, консультацию) о состоятельности производителей (подрядных организаций), например, при заключении договора, подряда.

В современных условиях предпринимательство в строительстве в основном базируется на акционировании капитала, формировании крупных акционерных предприятий, концернов, холдингов. Именно такие организации в строительном бизнесе являются наиболее рентабельными и конкурентоспособными на рынке объектов недвижимости [2].

Поскольку строительные предприятия в современных условиях функционируют как самостоятельные субъекты рынка объектов недвижимости, в их деятельности появилась заинтересованность в коммерческих успехах, приобретении имиджа, необходимых качественных возможностей в строительном бизнесе, в поддержании конкурентоспособности своей продукции и фирмы в целом.

Рынок строительного комплекса сможет эффективно функционировать только при наличии развитой информационной системы, обслуживающей этот рынок.

Главными задачами информационной системы строительного рынка являются следующие:

- знание потребностей в строительной продукции на местах со стороны возможных заказчиков (инвесторов);
- создание соответствующего банка данных;
- владение информацией о текущих производственных возможностях строительного-монтажных организаций, специфике выполняемых ими работ, загрузке, стоимости (ценах) выполняемых ими работ (банк данных по строительному-монтажным организациям);
- владение информацией о текущих возможностях проектных и изыскательских организаций, о стоимости (ценах) проектных работ (банк проектно-изыскательских организаций);

- владение информацией об объемах, номенклатуре, качестве, ценах выпускаемых строительных материалов, изделий и конструкций (банк предприятий промышленности строительных материалов);
- владение информацией по рынку строительных машин и механизмов;
- владение информацией по рынку труда в строительстве;
- владение информацией по инвестиционным проектам, обладающим коммерческой состоятельностью;
- взаимосвязь с рынком недвижимости;
- создание в центре и на местах условий для проведения тендеров (торгов) по проектам, финансовым (инвестиционным) ресурсам, строительным материалам, машинам, механизмам, строительной продукции;
- взаимодействие с центральными ведомствами -- Минэкономикой, Госстроем, Минфином РФ и др., а также с местными административными органами.

Для активизации рынка подрядных работ необходимо:

1. Ужесточение контроля за расходованием государственных инвестиций. Эта работа должна базироваться на следующих основных принципах:
  - О сочетании бюджетных инвестиций с инновациями;
  - О инвестирование приоритетных объектов;
  - О обеспечение быстрой окупаемости инвестиций;
  - О экономическая заинтересованность и персональная ответственность за срыв сроков строительства и ввода государственных объектов в эксплуатацию;
2. Переработка налоговой системы в сфере строительной деятельности;
3. Увеличение налоговой ставки за незавершенное строительство в составе имущества предприятия;
4. Привлечение в более широких масштабах амортизационных отчислений предприятий и организаций, а также других источников финансирования капитальных вложений, в частности средств населения;

Таким образом, в строительном комплексе заложены объективные предпосылки для эффективной работы в рыночных условиях, и обусловлены они постоянной потребностью в строительной продукции и особенно в социальной сфере (даже в условиях спада инвестиционной активности). Рыночная экономика, как показывает зарубежный опыт, позволяет превратить строительство в один из наиболее рентабельных секторов национальной экономики [4].

\*\*\*

1. Мирошниченко Е.А. Особенности строительного рынка [https://revolution.allbest.ru/construction/00505992\\_0.html?Ysclid=lmgeh9glx2584703999](https://revolution.allbest.ru/construction/00505992_0.html?Ysclid=lmgeh9glx2584703999)
2. Белов А. М. Экономика организации (предприятия) <https://works.doklad.ru/view/Koarb0FxrV8/2.html>
3. Вологодский государственный университет, Особенности рыночных отношений в инвестиционно-строительной сфере. <https://studfile.net/preview/4215599/page:29/>
4. Механизм рыночной экономики в строительстве, [https://studme.org/1494051119007/ekonomika/mehanizm\\_rynochnoy\\_ekonomiki\\_stroitelstve](https://studme.org/1494051119007/ekonomika/mehanizm_rynochnoy_ekonomiki_stroitelstve)

**Григорьева Д.Р., Мингазова А.А.**

**Проблемы и перспективы развития строительной отрасли в Российской Федерации**

*НЧИ КФУ*

*(Россия, Набережные Челны)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-77

**Аннотация**

В статье рассматривается роль строительной отрасли в экономическом развитии России, ее проблемы, а также возможные предложения по усилению развития данной сферы. Отмечается, что на фоне развития рыночной экономики строительные предприятия в

Российской Федерации также добились быстрого развития. Строительная сфера относится к отрасли, занимающейся различными видами гражданского строительства или архитектурного строительства, включает в себя строительную деятельность, такую как строительство зданий, монтаж оборудования и техническое обслуживание зданий, и представляет собой отдел производства материалов, который принимает конечные строительные продукты в качестве объекта производства.

**Ключевые слова:** рыночная экономика; строительные предприятия; текущее состояние строительной отрасли РФ; экономическое развитие; государство.

### Abstract

The article examines the role of the construction industry in the economic development of Russia, its problems, as well as possible proposals to strengthen the development of this sphere. It is noted that against the background of the development of a market economy, construction enterprises in the Russian Federation have also achieved rapid development. The construction sector refers to an industry engaged in various types of civil engineering or architectural construction, includes construction activities such as building construction, installation of equipment and maintenance of buildings, and is a department of materials production that accepts final construction products as an object of production.

**Keywords:** market economy; construction companies; economic development; state.

В России строительство является одной из ключевых отраслей экономики. Повышенный интерес к отрасли обусловлен и климатическими условиями в РФ, так как строительство призвано, в том числе, улучшать среду жизнедеятельности человека. Данная статья посвящена анализу текущего состояния строительной отрасли России. В ходе изучения экономической ситуации данной отрасли были выявлены факторы, ограничивающие деятельность российских строительных организаций и перспективы развития данной отрасли экономики.

Экономика строительства играет очень важную роль в углублении реформы строительной отрасли, и она развивается вместе с экономикой государственного строительства в России и дополняет друг друга.

На нынешнем этапе развития строительной экономики страны государственное строительное хозяйство по-прежнему является основным. В развитии государственного строительного хозяйства существует много проблем, которые влияют на устойчивое развитие строительных предприятий. На территории России особые климатические условия, поэтому к строительной отрасли существует повышенный интерес, поскольку ее основное предназначение заключается в улучшении условий окружающей среды жизнедеятельности человека. Так, его удельный вес в валовом внутреннем продукте России в течение последних десяти лет остается на уровне 6–8 %, что соответствует 6-8 месту среди основных видов экономической деятельности. В денежном эквиваленте вклад строительства в отечественную экономику составляет 8,3 трлн рублей [4]. В нашей стране определены основные пути изменения строительной сферы на ближайшее десятилетие. Они прописаны в программном документе «Стратегия развития строительной отрасли до 2030 года».

### Обозначим проблемы, существующие в развитии строительной отрасли:

1. Проблемы в государственном строительном хозяйстве. Основная проблема государственного строительного хозяйства состоит в том, что руководство некоторых строительных предприятий нанесло серьезный ущерб общественному благополучию и частным интересам, что тормозит развитие строительного хозяйства. Для экономической реструктуризации некоторые руководители государственных строительных предприятий реорганизовали государственные активы, передали управление и контроль над вновь созданной строительной компанией себе или своим родственникам, а также передали прибыльные строительные проекты реорганизованным новым компаниям для завершения. При распределении прибыли распределение большей части благ себе или родственникам приводит к большим потерям и растрате государственных активов, превращая государственные активы в



частные. Руководители проектов некоторых государственных строительных предприятий игнорировали развитие предприятий, что приводило к хаотичности хозяйственной деятельности и беспричинной коррупции.

2. Слабость концепции экономического управления строительством. В настоящее время у большинства руководителей строительных предприятий отсутствует понимание активного управления экономикой, а концепция управления является относительно отсталой, предлагая соответствующие решения только после возникновения проблем. Некоторые руководители относительно недальновидны в процессе функционирования и развития строительных предприятий, они лишь анализируют текущие условия работы, не осуществляют динамического экономического управления при разработке и развитии строительных объектов, не обладают динамическим управленческим сознанием [1].

3. Технический уровень слабый, и возможности развития рынка отстают.

Технический уровень строительной отрасли в стране все еще относительно слабый, на некоторых строительных предприятиях отсутствует профессиональное строительное оборудование и технические средства, низок уровень автоматизации. Строительные предприятия часто являются трудоемкими, тратят больше капитальных затрат на оплату труда, им не хватает инвестиций в технологические инновации, они не уделяют внимания накоплению и обучению высокотехнологичных специалистов и имеют слабые возможности в области технологических инноваций, что не способствует развитию строительного рынка. Качество продукции и уровень удовлетворенности клиентов необходимо повышать, что влияет на экономическую выгоду предприятия. В то же время конкурентоспособность с международной промышленностью слаба, в процессе внешнего развития возникает много проблем, а способность справляться с серьезными вызовами конкурентной ситуации слаба, и она не может эффективно интегрироваться с тенденцией развития рыночной экономики мировой строительной отрасли [4].

#### **Возможные предложения по усилению развития строительной отрасли в стране:**

1. Углубить реформу государственных строительных предприятий. Необходимо сделать систему прав собственности центром реформы государственных крупных и средних строительных предприятий, активно изучать эффективные формы реализации диверсификации, общественной собственности, энергично развивать государственные предприятия, коллективные, индивидуальные и другие формы экономического развития смешанной собственности. Необходимы уточнение прав собственности государственных предприятий, постоянное освоение передового опыта реформ в стране и за рубежом, анализ реальной ситуации в строительной отрасли Российской Федерации, создание акционерной кооперативной экономики, осуществление сотрудничества, слияний и систем владения акциями для малых государственных строительных предприятий и преобразование малых предприятий в крупные и др. Важно также усилить надзор за государственной строительной экономикой за счет сочетания внутреннего и внешнего надзора, эффективно повысить качество проектов, внедрить соответствующую политику экономического развития строительства, предотвратить злоупотребление властью со стороны руководителей государственных предприятий и способствовать устойчивому развитию государственных строительных предприятий.

2. Энергично развивать частное строительство. Развитие частной строительной экономики имеет большое значение для быстрого развития рыночной экономики страны. Благодаря пониманию трансформации частной строительной экономики и правильному урегулированию сложных отношений между государственной и частной строительной экономикой, нужно анализировать государственную строительную экономику. Необходимо укреплять правовую систему строительства, защищать законные права и интересы частных строительных предприятий путем принятия надежных законов и правил, создавать честную и справедливую рыночную конкуренцию для частных строительных предприятий, предоставлять комплексные консультационные услуги, изменять единую модель управления и в полной мере использовать распределение рыночных ресурсов. Также поощрять постепенное развитие



частных строительных предприятий в корпоративные и групповые модели, повышать экономическую мощь и способствовать более стабильному и устойчивому развитию строительной экономики страны.

3. Укрепить концепцию экономического управления строительством. Необходимо иметь перспективное понимание экономического управления строительством, принять эффективное и разумное управление бюджетом затрат на строительство и управление рисками, придерживаться концепции управления, направленной на предотвращение, быть предсказуемым в отношении проблем, которые возникнут, и своевременно принимать меры по предотвращению рисков. Важно уменьшение экономических потерь, вызванных недостаточным предотвращением рисков и планами действий в чрезвычайных ситуациях. Необходимо регулярно контролировать и проверять весь процесс первоначального строительства, завершения и отделки строительных объектов, а также внедрять концепцию бюджетного управления экономическими затратами на протяжении всего строительного проекта, чтобы гарантировать, что экономическое управление действительно реализовано в динамическом развитии инженерных проектов. Необходимо укреплять сотрудничество между различными отделами строительных предприятий, оптимизировать уровень распределения ресурсов и контролировать затраты на строительство до самой низкой точки.

4. Повысить уровень строительных технологий. Строительные предприятия в нашей стране должны укреплять систему внедрения специалистов экономического управления, проводить регулярную теоретическую подготовку для сотрудников экономического управления, формировать правильный взгляд на жизнь и ценности и укреплять практические возможности управления. Необходимо идти в ногу со временем, постоянно корректировать бизнес-стратегию в соответствии с экономическими изменениями в строительной отрасли, привлекать к сотрудничеству международные компании с новыми технологиями и новыми материалами, активно осваивать международный рынок, повышать уровень строительных технологий, снижать эксплуатационные расходы предприятий и постоянно продвигать строительную отрасль в масштабе, интернационализации и увеличении доли строительной экономики в национальной экономике.

5. Активно развивать международный экономический рынок строительства. Отечественная строительная отрасль в нашей стране должна активно развивать международный рынок, корректировать стратегическую структуру предприятий, расширять деловые каналы и улучшать масштабы развития, финансовую устойчивость и уровень управления. Отечественные строительные компании также могут объединить усилия с другими отраслями в стране, чтобы охватить всю страну и воспользоваться относительно недорогой внутренней рабочей силой для привлечения международных компаний к сотрудничеству. Или сотрудничать с известными международными строительными подрядчиками с передовой наукой и технологиями и новыми материалами для увеличения инвестиций в смежные науки и технологии, совместно развивать международный экономический рынок, эффективно реагировать на непредсказуемые тенденции развития рыночной экономики и повышать конкурентоспособность на международном рынке.

Таким образом, строительство является значимой отраслью экономики, инвестиции в которую приносят один из наибольших мультипликационных эффектов по сравнению с остальными видами экономической деятельности. Однако без прямого государственного регулирования невозможно получить существенные дополнительные положительные внешние эффекты, связанные с функционированием данной отрасли. Необходимо применение специальных инструментов пространственного развития, позволяющих учитывать интересы регионов, на территории которой осуществляется строительство, принятие соответствующих региональных программ развития, позволяющих эффективно использовать региональных

трудовые ресурсы. А так же не менее значимым будет решение проблемы импортозамещения строительных материалов, эффективно реализуемой в России.

\*\*\*

1. Бардасова Э. В. Особенности управления жилищным строительством субъекта Российской Федерации, 2004.
2. Минстрой России. URL: <https://www.minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/bc0/RaporyazhenieSTRATEGIYA-2030.pdf> (дата обращения: 23.09.2023).
3. Берлизев Р. Н., Попова Е. А. Рынок жилой недвижимости России на современном этапе развития экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 3-1 (73). С. 44-47.
4. Чекурдаев, В. С. Жилищный фонд России: проблемы и перспективы развития // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2018. - №4. - С. 247-251.
5. Берлизев Р. Н., Дробышева Л. В. Факторы и условия обеспечения экономической безопасности региона // Модернизационные процессы в современной России : сборник статей V Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 297-300.

**Давыдова Е.В.**

### **Использование молочных продуктов в спортивном питании**

*Уральский государственный экономический университет  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-78

#### **Аннотация**

Актуальность статьи обусловлена поиском направлений интенсификации сбыта молочной продукции. Автор приводит доводы, касающиеся возможностей роста сбыта молочной продукции как элемента спортивного питания. В результате исследования предложена модель продвижения опирающаяся на свойства молока как источника необходимых элементов для занятия спортом и включающая элементы образа жизни спортсменов и лиц, ведущих здоровый образ жизни.

**Ключевые слова:** спортивное питание, молочная продукция, образ жизни, программа продвижения, рост сбыта.

#### **Abstract**

The relevance of the article is due to the search for ways to intensify the sale of dairy products. The author gives arguments concerning the possibilities of sales growth of dairy products as an element of sports nutrition. As a result of the study, a promotion model based on the properties of milk as a source of necessary elements for sports and including elements of the lifestyle of athletes and people leading a healthy lifestyle is proposed.

**Keywords:** sports nutrition, dairy products, lifestyle, promotion program, sales growth.

Характеристика рынка молочной продукции показывает «хроническое недопотребление» молочной продукции населением, не смотря на ее высокую доступность. При этом ключевые факторы развития молочной отрасли предопределяют показатели развития экономики в целом [1]. В связи с введением новых и новых санкций в отношении России, ростом цен на энергоносители, повышением ключевой ставки инвестиционная привлекательность отрасли могла бы быть увеличена за счет роста количества потребителей молочной продукции. Сектор остается привлекательным, прежде всего потому, что все еще есть резерв для замещения импорта. Во многом будет влиять на молочный рынок в перспективе то, как станут меняться доходы населения и, соответственно, спрос на готовую продукцию [2,3].

Одним из направлений роста потребления молочной продукции может быть активизация использования молочной продукции в спортивном питании. Данный вид продукции является полезным по следующим причинам:

Молочные продукты, такие как молоко, йогурт, творог и сыр, являются хорошими источниками белка, который необходим для восстановления и роста мышц после тренировки

[4]. Помимо белка молоко и молочные продукты содержат кальций, который особенно важен для укрепления костей и поддержания здоровья суставов. Это особенно важно для спортсменов, которые подвергаются более высокому риску травм. Молочные продукты также являются хорошим источником витамина D, который помогает усваивать кальций и поддерживает здоровье костей.

Молоко и йогурты также содержат углеводы и жиры, которые обеспечивают энергию для тренировок и восстановление после них.

Помимо увеличения интенсивности потребления молочной продукции в спортивном питании необходимо учитывать изменение социально-культурных факторов, таких как структура и численность населения в настоящее время основная доля потребления молочных продуктов приходится на детей до 10 лет. Также, на территории Свердловской области проживает множество национальностей, чей организм не переносит лактозу, содержащуюся в молочных продуктах. Например, непереносимость лактозы у азиатов достигает 90%, в то время, как у русских – 16-18%. В связи с этим, с увеличением численности населения за счет миграции граждан других государств общий показатель потребления молочных продуктов может снижаться [5].

Еще одним фактором интенсификации использования молочных продуктов в спортивном питании является отношение спортсменов к импортным продуктам, образ жизни и привычки потребления, отношение к экологичным продуктам и требованию к качеству молочной продукции. В последнее время существует тенденция отказа от продуктов с содержанием молочного жира и замена их на соевые продукты. Это связано с убеждениями людей, ведущих здоровый образ жизни, во вреде и непереносимости лактозы, в которой не нуждается организм взрослого человека. Также, все больше обороты набирает «веганство» – образ жизни людей, который стремится исключить все формы эксплуатации и жестокости по отношению к животным ради производства, еды, одежды и т. д. Число спортсменов, придерживающихся такого образа жизни с каждым годом возрастает в 1,5 раза, что, несомненно, ставит под угрозу спрос на продукты с содержанием натурального молочного сахара. Но в то же время, растет спрос и на экологичные продукты и возрастают требования к качеству. С каждым годом все больше потребителей задумываются об экологии. С одной стороны и продукты на основе натурального молочного сырья и молочные продукты на растительной основе можно отнести к натуральным, но, необходимо отметить, что, например, в соевое молоко с целью повышения пищевой ценности добавляют синтетические витамины, которые уступают натуральным. С другой стороны, при производстве натуральных молочных продуктов нередко применяют антибиотики и различные добавки с целью увеличения сроков годности и улучшения вкусовых качеств.

Таким образом, для интенсификации использования молочных продуктов в спортивном питании и увеличения доли спортсменов, выбирающих натуральные молочные продукты, а не соевые, стоит уделять больше внимания контролю качества молочных продуктов и не допускать применения на молокоперерабатывающих предприятиях антибиотиков или иных синтетических добавок. Необходимо выстроить успешную маркетинговую стратегию, убеждающую людей, занимающихся спортом в ценности потребления натуральных молочных продуктов.

На сегодняшний день наблюдается положительная тенденция изменения технологических факторов, оказывающих влияние на качество молочной продукции [6]. Инновационные технологии активно разрабатываются и одни из них помогут фермерам нарастить производственные показатели, другие снизят риски и потери – вовремя отследят проблемы животных со здоровьем или рассчитают количество и состав кормов, третьи – позволят выстроить эффективное производство, использовать все имеющиеся ресурсы и минимизировать издержки. Инновационные технологии позволят молочной отрасли делегировать трудоемкие процессы оборудованию и сосредоточиться на более важных стратегических решениях. Например, в последние годы возрос уровень внедрения инновационных технологий в производства молочных продуктов. К примеру, возрастает доля

молокоперерабатывающих предприятий, внедряющих на предприятия линии по переработке молочной сыворотки. Переработка молочной сыворотки осуществляется на таких предприятиях, как «Сыродел», «Воронежский», «Вимм-Билль-Данн», «Сырный дом», «Агросила – молоко», «Ирбитский молочный завод».

Переработка молочной сыворотки позволяет получать концентрат белка и лактозы, организовывать безотходное производство, удовлетворить потребности внутреннего рынка и обеспечить существенный экологический эффект. Уровень инноваций степень их внедрения в молочную отрасль можно оценить, как положительный фактор, который способствует ее развитию.

\*\*\*

1. Щеглов Е. В., Рабенко И. А. Обзор отрасли производителей молока в России //Эффективное животноводство. – 2022. – №. 6 (181). – С. 78-80.
2. Семенова А. М. Влияние пандемии COVID-19 на молочное производство в России //Стратегии бизнеса. – 2022. – Т. 10. – №. 6. – С. 134-136.
3. Темирдашева К. А., Гукеев В. М. Влияние различных факторов на повышение производства товарного молока //Аграрный вестник Верхневолжья. – 2022. – №. 3 (40). – С. 134.
4. Сарсембаев, Х. С., Синявский, Ю. А., Дерипаскина, Е. А., Туйгунов, Д. Н., Торгаутов, А. С. Комбинированный кисломолочный продукт для спортивного питания //Человек. Спорт. Медицина. – 2022. – Т. 22. – №. 1. – С. 148-154.
5. Юрова Е. А., Фильчакова С. А., Ананьева Н. В. Молоко как основа для производства специализированных продуктов питания с улучшенными нутритивными свойствами //Вестник Красноярского государственного аграрного университета. – 2022. – №. 5 (182). – С. 206-215.
6. Гулова Т.И., Гусева Т.И., Лаврова Л.Ю. Диагностический аудит - первый шаг на пути к внедрению систем менеджмента качества и безопасности // Хлебопродукты. 2019. № 4. С. 58-60.

**Даниленко А.А.**

**Государственно-частное партнерство как механизм для реализации  
инфраструктурных проектов в регионах России**

*Южный федеральный университет  
(Россия, Ростов-на-Дону)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-79

**Аннотация**

В статье рассматриваются теоретические аспекты государственно-частного партнерства как механизма при реализации инфраструктурных проектов. Анализируется рынок ГЧП по основным инфраструктурным сферам. Приводится положительный эффект механизма ГЧП в регионах РФ.

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, проекты ГЧП, финансирование, концессионное соглашение, инфраструктура.

**Abstract**

The article examines the theoretical aspects of public-private partnerships as a mechanism for the implementation of infrastructure projects. The PPP market is analyzed for the main infrastructure areas. The positive effect of the PPP mechanism in the regions of the Russian Federation is given.

**Keywords:** public-private partnership, PPP projects, financing, concession agreement, infrastructure.

Развитая качественная инфраструктура – это ключевой критерий конкурентоспособности как страны в целом, так и отдельных ее регионов, которые нуждаются в устойчивом социально-экономическом развитии. Для обеспечения реализации инфраструктурных проектов требуются большие бюджетные средства, которых, как показывает практика, недостаточно. По прогнозам Всемирного банка и Global Infrastructure Hub, в 2021-2040 гг. Россия будет испытывать дефицит вложений в инфраструктуру в размере

625 млрд. долл. США. Государственно-частное партнёрство выступает в последние десятилетия в качестве ведущего метода финансирования инфраструктурных проектов, в связи с чем становится актуальным рассмотреть, активное использование ГЧП в регионах России в рамках инфраструктурного развития.

Под государственно-частным партнерством понимается совместная договорная деятельность государства и частного бизнеса по развитию инфраструктуры и социальных объектов, подразумевающая распределение рисков между партнерами, взаимную выгоду и взаимные обязательства сторон, предоставление государственных гарантий, экономию бюджетных средств, а также среднесрочный или долгосрочный характер партнерства [1]. Эффективность проектов государственно-частного партнерства зависит от качественной правовой базы, правовой культуры в данной сфере.

С развитием технологий растет уровень расходов на инфраструктурное обеспечение, а способов привлечения инвестиций у государства недостаточно [4]. Многие государства пробуют реализовывать проекты, направленные на ограниченное количество граждан, отличающихся платежеспособностью, тем самым разделяя с ними бремя содержания и затрат на инфраструктурные объекты. Но данная практика порождает социальное неравенство и напряженность. Поэтому использование механизма государственно-частного партнерства является отличной альтернативой по отношению к переориентации государственного сектора на обслуживание наиболее состоятельных граждан.

В Российской Федерации реализуется 3482 ГЧП-проектов на 5 трлн. рублей общих инвестиций, капиталоемкость частных инвестиций составляет 3,7 трлн руб. (78%) [5]. В 2023 году создаются важнейшие предпосылки для роста рынка, созданные в течение последних двух лет. Это связано как с принятием комплекса мер федеральной поддержки, так и совершенствовании законодательства.



Рисунок 1. Рынок ГЧП-проектов за 8 месяцев 2023г. [2].

Такой системный подход позволил за 8 месяцев 2023 года запустить 84 ГЧП-проектов более чем на 450 млрд. руб. (5,4 млрд. руб. в среднем на один проект) – на 96 проектов меньше, чем за предыдущий период 2022г. В март произошел пик по количеству коммерческих закрытий — заключено 21 соглашение на 108,8 млрд. руб. В последующие месяцы динамика заключения соглашений составила в среднем по 8 соглашений. Эксперты платформы «Росинфра» прогнозируют развитие рынка ГЧП-проектов на уровень -200 комзакрытий на более 750 млрд. рублей на конец 2023г.



Рисунок 2. Действующие ГЧП-проекты по основным инфраструктурным сферам за 8 месяцев 2023г. [2].

Рассматривая отраслевую направленность проектов, можно сделать следующие выводы:

- Наибольшее количество проектов реализуется в сфере ЖКХ и городской (2763 проекта на 1,1трл. руб.);
- На втором месте следует по количеству проектов – сфера образования (215 соглашений на 543,9 млрд. руб.);
- Самая капиталоемкая по объемам законтрактованных инвестиций сфера — транспорт (105 соглашений на 2,5 трлн. руб.).
- При этом больше всего частных инвестиций на рубль бюджетных законтрактовано в таких сферах как промышленность (338 руб. частных инвестиций на 1 руб. бюджетных), цифровая инфраструктура и связь (51 руб. частных инвестиций на 1 руб. бюджетных), а также благоустройство (10 руб. частных инвестиций на 1 руб. бюджетных).

Минэкономразвития России отмечает активное использование регионами механизма ГЧП для инфраструктурного развития. По итогам 2022г. министерство составила рейтинг регионов по уровню развития ГЧП (рис. 3).

Место (2022)	Субъект Российской Федерации	Уровень развития ГЧП, баллы	Оценка факторов (2022)			Изменение (2022/2021)	
			Динамика, баллы	Накопленный опыт, баллы	ИИС, баллы	Место (2021)	Δ
1	Нижегородская область	74,3	100,0	11,2	21,0	8	▲ +7
2	Хабаровский край	64,4	80,0	7,0	69,3	18	▲ +16
3	Омская область	62,1	77,6	2,5	72,9	27	▲ +24
4	Республика Татарстан	58,2	69,1	5,6	87,1	6	▲ +2
5	Пермский край	43,8	46,3	22,5	69,1	11	▲ +6
6	Республика Башкортостан	35,8	39,8	9,0	61,5	17	▲ +11
7	Краснодарский край	31,0	33,2	0,9	75,3	31	▲ +24
8	Белгородская область	27,5	26,0	5,4	81,5	14	▲ +6
9	Ямало-Ненецкий автономный округ	26,5	21,2	9,3	98,0	39	▲ +30
10	г. Санкт-Петербург	25,6	2,9	85,3	65,4	5	▼ -5
11	Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	25,5	21,8	10,8	80,7	13	▲ +2
12	Липецкая область	23,6	25,6	0,1	56,4	54	▲ +42
13	Челябинская область	22,6	21,9	2,9	67,4	9	▼ -4
14	Саратовская область	21,3	20,7	2,9	62,4	34	▲ +20
15	Сахалинская область	20,1	18,7	2,6	65,2	16	▲ +1
16	Ярославская область	19,7	19,2	0,4	62,0	41	▲ +25
17	Воронежская область	18,2	14,6	0,5	78,7	44	▲ +27
18	Волгоградская область	18,2	11,2	14,4	74,1	20	▲ +2
19	Амурская область	18,1	13,2	7,4	73,9	63	▲ +44
20	Самарская область	16,9	6,8	24,2	72,7	24	▲ +4

Рисунок 3. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП-проекты по основным инфраструктурным сферам за 2022г. [2].

Методика по определению уровня развития ГЧП в субъекте РФ включает в себя оценку 3 показателей:

1. Динамика реализации проектов ГЧП в отчетном году;
2. Накопленный опыт реализации проектов ГЧП в предшествующие годы;
3. Состояние нормативно-институциональной среды.

Рейтинг возглавили: Нижегородская область (74,3 балла), Хабаровский край (64,4 баллов), Омская область (62,1 баллов), Республика Татарстан (ГЧП 58,2 баллов) и Пермский край (43,8 баллов).

Лидирующим позициям Нижегородской области, Хабаровского края и Омской области послужили запуски ГЧП-проекты в инфраструктурном секторе региона.

Так Правительство Нижегородской области в 2022 году несколько концессионных соглашений. Самая масштабная и капиталоемкая концессия заключена по развитию наземного электрического транспорта общего пользования (170 ед. трамваев, 149,3 км путей и прочая инфраструктура), объем общих инвестиций составил 51 млрд. руб. Заместитель губернатора Нижегородской области отметил, что в регионе реализуется 24 ГЧП-проектов с общим объемом инвестиций более 155 млрд. руб. В сфере образования реализуются концессии по строительству 13 школ, IT-кампус на 34 млрд. руб. и спортивный комплекс в Нижнем Новгороде на 16 млрд. руб.

В Хабаровском крае в 2022 г. завершена инвестиционная стадия и введена в эксплуатацию созданная по концессии автодорога «Обход г. Хабаровска км 13 - км 42» с общим объемом инвестиций на 37 млрд. руб. Также заключены крупные концессии в сфере ЖКХ, образования, отдыха и оздоровления детей на 13 млрд. руб.

В Омской области Правительством заключена концессия в отношении автодороги «Северный обход г. Омска» на 63 млрд. руб. Многофункциональный спортивный комплекс «Арена» в Омске введен в эксплуатацию после завершения инвестиционной стадии по концессионному соглашению с общим объемом инвестиций 12 млрд. руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что механизм ГЧП играет большую роль при развитии инфраструктуры в регионах России. Основными преимуществами механизма государственно-частного партнерства являются снижение финансовой нагрузки на бюджет, повышенная эффективность эксплуатации объектов инфраструктуры, минимизация административных барьеров, долгосрочный период сотрудничества, социальный эффект.

\*\*\*

1. Федеральный закон "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 13.07.2015 N 224-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_182660/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/)
2. Платформа «Росинфра» // [Электронный ресурс]. URL: <https://rosinfra.ru> (дата обращения: 02.07.2022).
3. Адамайтис, С. А. Потенциал регионов России для развития транспортной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства / С. А. Адамайтис // Географический вестник. – 2022. – No 1(60). – С. 73–86.
4. Белякова Ю.М. Информационно-аналитическое обеспечение государственно-частного партнерства в сфере развития инфраструктурных проектов: мировой опыт.// Международный научный журнал –Москва-№ 6-2019.
5. Инвестиции в инфраструктуру и ГЧП 2022. Аналитический обзор. Национальный центр ГЧП. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pprcenter.ru/upload/iblock/59e/59e99c63fe1b0558340251ab897b3409.pdf>. (Дата обращения: 03.10.2023г.).
6. Рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню развития государственно-частного партнерства за 2022 год [Электронный ресурс]. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/news/v\\_minekonomrazvitiya\\_nazvali\\_top\\_5\\_regionov\\_po\\_urovnyu\\_razvitiya\\_gchp.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/v_minekonomrazvitiya_nazvali_top_5_regionov_po_urovnyu_razvitiya_gchp.html) (дата обращения: 04.07.2022).



**Деева В.В., Плотников С.О., Деева А.В.**  
**Циклы Китчина и сущность их проявления**

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-80

**Аннотация**

Кратковременная цикличность в современных системах экономики вызвана рядом факторов, включая недостаточность информации. Информация о состоянии рынка, спроса и предложения поступает с задержкой из-за процессов ее сбора, обработки и распространения. Временной лаг в получении информации воздействует на деловую активность предприятий, поскольку они принимают решения на основе устаревшей информации. Кроме того, после получения рыночной информации, субъектам экономических отношений также требуется время на ее обработку и принятия соответствующего решения. Величина задержки увеличивается за счет времени, которое требуется для принятия решений на основе полученной информации.

**Ключевые слова:** цикл Китчина, экономический цикл, цикл деловой активности.

**Abstract**

Short-term cyclicity in modern economic systems is caused by a number of factors, including insufficient information. Information about the state of the market, supply and demand is received with a delay due to the processes of its collection, processing and dissemination. The time lag in obtaining information affects the business activity of enterprises, since they make decisions based on outdated information. In addition, after receiving market information, subjects of economic relations also need time to process it and make an appropriate decision. The amount of delay increases due to the time it takes to make decisions based on the information received.

**Keywords:** kitchin cycle, economic cycle, business activity cycle.

Обращаясь к истории, можно заметить, что экономика развивается с определенной цикличностью. Стремясь к равновесию, экономические системы подвергаются колебаниям, которые представляют собой экономические (деловые) циклы. Экономический цикл, как объект современной экономики, вызывает интерес для его изучения, поскольку выявленные закономерности, присущие таким колебаниям, помогают прогнозировать состояние и развитие экономических структур на всех уровнях экономики.

Было разработано и описано множество разнообразных теорий, раскрывающие причины и характеристики экономических циклов. Однако, несмотря на неоспоримость существования цикличности экономики, научные прогнозы сбываются лишь частично. Более подробное рассмотрение экономического цикла будут проведены на примере самого короткого, названного в честь ученого, который описал его впервые - цикла Китчина.

**Экономический цикл.** Исследование развития экономики в течение длительного времени привело к обнаружению циклов, с вытекающими из них закономерностями наступления определённых состояний экономических систем.

Экономический (деловой) цикл – это отрезок времени между двумя фазами развития экономической системы, в течение которого динамика экономики претерпевает аналогичные изменения от этапа к этапу. Экономический цикл можно проследить по нескольким признакам, но наиболее показательными являются уровень активности ВВП и национальный доход.

Экономический цикл можно рассматривать как постоянный показатель, определяющий развитие экономики, поскольку он проявляется в неравномерности экономического развития, а также отображает его причину и следствие [1]. Известно, что отклонение от средних показателей экономической динамики всегда влияет на экономическое развитие. Такими факторами могут служить инфляция и безработица. Циклы также могут быть вызваны изменением совокупного предложения.



Причинами экономического цикла могут быть следующие: экономические шоки (нефтяной шок 1970-х годов, спровоцировавший рост мировых цен почти в десять раз, а также благоприятный шок предложения в США в 1992–1993 годов, произошедший в результате повышения производительности труда, стимулированного развитием информационных технологий и расширением предприятий), научно-технологические прорывы, войны, открытие новых энергоносителей, изменение объемов денежных потоков и инвестиций, обновление основного капитала, колебание цен на сырье, изменение объемов запасов товаров и т.д. [2,3].

Интересны теории, выдвинутые ранее, так, например, согласно теории внешних факторов У. Джевонса, возникновение циклов было связано с интенсивностью пятен на солнце, имеющих десятилетний цикл. К. Маркс и Ф. Энгельс полагали, что цикл возникает из-за капиталистических противоречий, за которыми стояли общественный характер производства и форма присвоения результатов производства. Теория перенакопления капитала, сторонниками которого были М. Туган Барановский и Г. Кассель, объясняла причины цикла нарушением соотношения средств, производства и конечных продуктов потребления. И. Фишер и Р. Хоутри придерживались кредитно-денежной концепции, в которой причины цикла были обусловлены нарушением соотношения спроса и предложения денежной массы. Дж. Кейнс связывал циклы с нарушением механизма взаимодействия между национальными сбережениями, инвестициями и потреблением. Согласно теории инноваций Й. Шумпетера, циклический характер экономической системы был связан с неравномерным внедрением технологических разработок и инноваций. Теория недопотребления Т. Мальтуса и Ж. Сисмонди объясняла причину цикла недостаточным потреблением по сравнению с получаемым доходом. Монетарная теория М. Фридмана связывала цикличность экономики с нестабильностью денежного обращения [4].

Экономические циклы имеют определенные фазы:

1. Фаза оживления (экспансия). Характеризуется постепенным ростом экономических показателей, повышением спроса и, следовательно, цен. С ростом инвестиций загружаются производственные мощности и уменьшается безработица, увеличивается прибыль. Данная фаза длится до тех пор, пока не будет достигнут уровень предкризисного периода.
2. Фаза подъема. Начинается после достижения и дальнейшего превышения уровня докризисного периода. Продолжается рост объемов производства и обновление капитала. На пике данного периода загрузка производственных мощностей, уровень заработной платы, цены и процентная ставка достигают максимума [3,5].
3. Фаза спада (кризис). Этап подъема сменяется этапом спада. Сокращается спрос и возрастает количество нереализуемой продукции, что приводит к снижению объемов производства и, как следствие, быстрому падению цен. Инвестиции в производство сокращаются и возрастает уровень безработицы. Уменьшается прибыль, сокращается спрос на кредит, снижаются процентные ставки, падают котировки акций и обесценивается основной капитал.
4. Фаза депрессии (стагнация). Этап, характеризующийся самым низким положением в экономическом цикле. Темпы снижения экономических показателей значительно замедляются, производство и торговля идет медленно, в то же время происходит накопление свободного денежного капитала и появление точек роста. Стадия депрессии может продолжаться нескольких лет до возобновления инвестиций и перехода на следующий этап цикла [6].

После преодоления стадии депрессии все экономические показатели меняют свое направление и начинается оживление. Занятость, объемы производства и прибыль снова возрастают, достигая высшей точки нынешнего этапа, после чего начинается фаза экономического подъема.

Однако в настоящее время наблюдается появление новых особенностей экономических циклов. Предпосылками для таких характеристик являются антикризисная политика стран с развитым рынком, а также развитие международной интеграции, создание общего капитала.

Фаза кризиса стала наступать быстрее, изменился характер наступления этапов цикла. Как упоминалось ранее, интеграция национальных экономик возросла, вместе с тем, фаза кризиса разных стран синхронизировалась, и сила этого периода стала более разрушительной. Кроме того, в результате политики антициклического регулирования ход цикла немного изменился. Фазы стали более плавно переходить друг в друга, вплоть до выравнивания некоторых из них.

**Цикл Китчина.** Экономисты выделили следующие волны различных длин, которые повторяются от периода к периоду:

1. Краткосрочные циклы. Колебания продолжительностью 2-4 года. Вызваны изменениями в объемах товарных запасов и колебаниями цен, которые, в свою очередь, связаны с задержкой в сборе и обработке информации.
2. Среднесрочные циклы. Длятся 7-12 лет. Их появление связано с обновлением основного капитала, колебанием инвестиционных вложений и развитием технологий.
3. Ритмы Кузнеца. Долгосрочные циклы, продолжительность которых колеблется от 16-ти до 25-ти лет. Причины циклов Кузнеца – периодичность иммиграции, связанной с изменением в доходах, в результате чего происходит обновление жилищных построек и изменения совокупного спроса.
4. Волны Кондратьева. Наиболее длительные циклы в экономике, продолжительность которых измеряется десятилетиями (40-60 лет). Они характеризуются обновлением основного капитала, развитием научно-технологического прогресса и перестройкой психологических особенностей населения.

Как правило, причиной появления любого цикла является нарушение баланса системы. Каждый цикл проявляется по-разному и имеет определенную область влияния на экономику. Прежде чем раскрыть суть проявления краткосрочного цикла, рассмотрим историю его открытия.

Йозеф Китчин был британским статистиком и бизнесменом, работавшим в сфере добывающей промышленности в Южной Африке. В 1921-23 годах экономист изучал циклы деловой активности и выделил среднесрочные (7-11 лет) и краткосрочные (40 месяцев) экономические циклы.

Последние были обнаружены впервые благодаря его исследованию циклического характера экономики Великобритании и Соединенных Штатах Америки с 1890 по 1922 год. Он объяснял краткосрочные колебания экономической системы изменением мировых запасов золота и впоследствии данный тип цикла был назван его именем. Результаты исследований были опубликованы в работе под названием «Циклы и тренды в экономических факторах» [7]. Краткосрочные циклы возникают из-за временных задержек (лагов) в доставке информации, вследствие чего предприятия принимают решения опираясь на неактуальные сведения, тем самым инициируя еще большие отклонения экономических показателей [8].

Когда коммерческая ситуация улучшается, предприятия увеличивают производства, максимально используя трудовые ресурсы и капитал. Это приводит к насыщению рынка товарами и перенасыщению товарных запасов, но спрос при этом не меняется. После чего фирмы принимают решение снизить загрузки производственных мощностей, однако данное решение принимается с определенным запаздыванием, поскольку информация о соотношении предложения и спроса больше не актуальна из-за временного лага. Кроме того, для проверки этой информации снова требуется время, после чего необходимо утвердить само решение, поэтому оптимальный уровень производства также теряет актуальность. Также временной лаг возникает между началом снижения уровня производства товара и его отгрузкой со складов.

Таким образом, для того чтобы сбалансировать спрос и предложение необходимо потратить определенное время. Иначе говоря, циклы Китчина отражают процесс регулирования предложения товаров в зависимости от их потребности на рынке.

В качестве примера проявления цикла Китчина в российской экономике можно привести краткосрочный экономический спад во время Финансово-экономического кризиса 2008-2010 годов, сменяющийся краткосрочным подъемом, за которым последовала рецессия во время Валютного кризиса 2014-2015 годов.

Таким образом, кратковременная цикличность в современных системах экономики спровоцирована неполной доступностью рыночной информации и напрямую влияет на рыночное положение. Существует трудность в определении соотношения спроса и предложения на текущем этапе. Поступление информации происходит с запаздыванием, что вносит коррективы деятельность предприятий. Кроме того, после получения сведений, величина задержки увеличивается за счет времени, необходимого на принятие решений. В основе всех этих изменений лежат колебания в объемах товарных запасов и ценообразования. Стоит также добавить, что теория кратковременных колебаний, описанная в этой работе, неоднократно доказывала свою применимость и до сих пор является актуальным объектом исследования.

\*\*\*

1. Экономический цикл: сущность, основные показатели и стадии [Электронный ресурс] URL: <https://helpiks.org/7-50753.html>
2. Галяутдинов Р.Р. Экономический цикл: причины, фазы и виды // Сайт преподавателя экономики. [2015]. [Электронный ресурс] URL: <http://galyautdinov.ru/post/ekonomicheskij-cikl-fazy-i-vidy>
3. Коптелов И. О. Экономический цикл и сущность его проявления // Вестник ЧелГУ. 2012. №10 (264). С. 24–28.
4. Причины циклических колебаний [Электронный ресурс] URL: <https://helpiks.org/7-50757.html>
5. Виды экономических циклов в макроэкономике по продолжительности / А. А. Суханкин, А. А. Попова, А. Н. Кузнецов [и др.] // Наука и образование в условиях мировой нестабильности: проблемы, новые этапы развития: Материалы II международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 30 апреля 2022 года. – г. Ростов-на-Дону: Общество с ограниченной ответственностью "Манускрипт", 2022. – С. 121-123.
6. Нестеров А.К. Экономический цикл, фазы и виды // Энциклопедия Нестеровых - URL: <https://odiplom.ru/lab/ekonomicheskii-cikl-fazy-i-vidy.html>
7. Цикл Китчина. Краткосрочные экономические циклы. Цикл Жюгляра. Цикл Кузнецца URL: <https://fb.ru/article/259244/tsikl-kitchina-kratkosrochnyie-ekonomicheskie-tsiklyi-tsikl-jyuglyara-tsikl-kuznetsa>

**Кагарманова А.В.**

**Экономическая преступность как угроза экономической безопасности региона**

*ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»  
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-81

#### **Аннотация**

В статье дана оценка состояния экономической преступности в Республике Башкортостан как одного из видов угроз экономической безопасности, проанализированы динамика и структура преступлений, совершенных в экономической сфере региона за 2018-2022гг.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, экономические правонарушения, преступность, угрозы экономической безопасности.

#### **Abstract**

The article assesses the state of economic crime in Bashkortostan as one of the types of threat to economic security, analyzes the dynamics and structure of crimes committed in the economic sphere of the region for 2018-2022.

**Keywords:** economic security, economic offenses, crime, consequences of economic security.

Экономические преступления - это преступления, которые причиняют значительный материальный ущерб, угрожают обществу и направлены против имущества, используемого в экономической деятельности [4].

В России с ростом рыночных отношений экономическая сфера все чаще становится объектом преступной деятельности, а экономические преступления, использующие различные методы, становятся все более распространенными, представляя угрозу экономической безопасности. Экономические преступления являются особенно опасными для общества и государства. В Стратегии экономической безопасности России отмечается высокий уровень преступности и коррупции в экономической сфере, что подтверждает актуальность исследования экономической преступности [1]. Экономические преступления подрывают систему экономической безопасности страны и наносят значительный финансово-экономический ущерб, что приводит к потере социально-экономической устойчивости. Преступления, связанные с хищением государственных бюджетных средств, легализацией преступных доходов и уклонением от уплаты налогов, причиняют значительные потери не только для экономики страны в целом, но и для ее отраслей, регионов, организаций и граждан.

Организованные преступные группы все чаще заинтересованы в наиболее прибыльных секторах экономики, таких как финансово-кредитная система, потребительский рынок, энергетический комплекс и другие. Нередко материальные потребности этих преступных групп решаются за счет совершения других общеуголовных преступлений [3].

Проблема экономической преступности как угрозы экономической безопасности региона рассматривается на примере Республики Башкортостан. Башкортостан является субъектом Российской Федерации, входит в Приволжский федеральный округ и является частью Уральского экономического района. Население республики составляет около 4 миллионов человек, что делает ее самой населенной республикой России.

Так, для оценки общего состояния уровня преступности в Республике Башкортостан, рассмотрим уровень преступности на 100 тыс. населения за 2018-2022гг.

Таблица 1

Уровень преступности в России, ПФО, Республике Башкортостан на 100 тысяч населения за 2018-2022гг. [5].

Год	Россия	ПФР	Республика Башкортостан	Пороговое значение (по методике С. Глазьева)
2018г.	1337,8	1287,8	1413,3	5 000
2019г.	1362,0	1326,4	1366,3	5 000
2020г.	1373,8	1348,1	1379,5	5 000
2021г.	1352,9	1319,7	1298,5	5 000
2022г.	1333,4	1313,1	1268,4	5 000

Так, по таблице 1 видно, что уровень преступности на 100 тыс. населения в Республике снижается и данный показатель экономической безопасности не превышает пороговое значение. Динамику снижения уровня преступности в Республике Башкортостан наглядно приведем на рисунке 1 (рисунок 1).

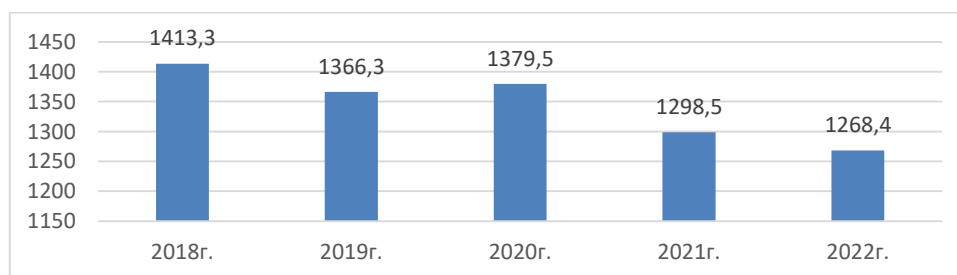


Рисунок 1. Динамика снижения уровня преступности населения на 100 тыс. чел. в Республике Башкортостан за 2018-2022гг.

В структуре преступности в 2022 году основная доля (57,1%; 28969) приходится на хищения чужого имущества, 7,9% (3997) составляют факты незаконного оборота наркотических средств, 5,6% (2827) – экономические правонарушения, 3,1% (1594) – преступные посягательства против личности, следствие по которым обязательно (главы 16-20 УК РФ) (рисунок 2).

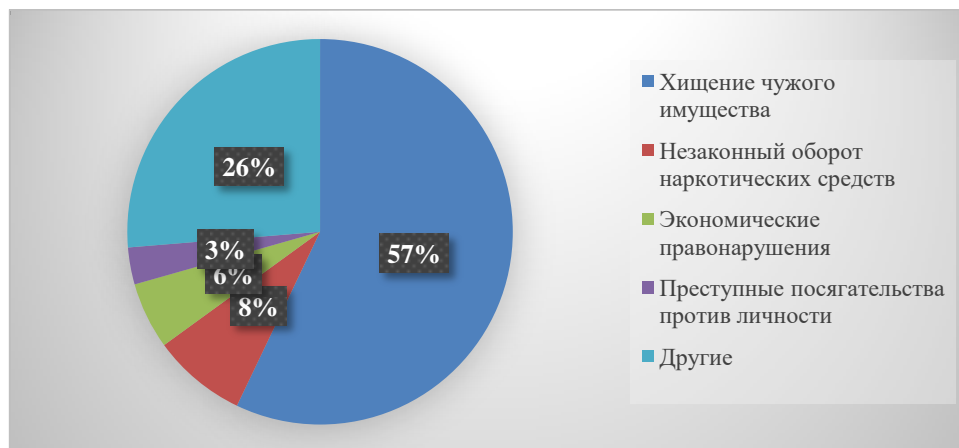


Рисунок 2. Структура преступности в Республике Башкортостан в 2022г. [5].

Так, для оценки влияния экономической преступности на экономическую безопасность региона рассмотрим количество совершенных преступлений экономического характера в Республике Башкортостан за 2018-2022гг. (таблица 2)

Таблица 2

Количество экономических преступлений в Республике Башкортостан за 2018-2022гг.

Год	Количество экономических правонарушений	Отклонение, +/-	Темп роста, %
2018г.	2456	-	-
2019г.	2347	-109	95,56
2020г.	2586	239	110,18
2021г.	2544	-42	98,38
2022г.	2827	283	111,12

Из таблицы 2 видно, что в 2022 году по сравнению с 2018 годом количество экономических преступлений в республике увеличилось на 283 (11,12%). Динамика экономических преступлений отражена в рисунке 3 (рисунок 3).

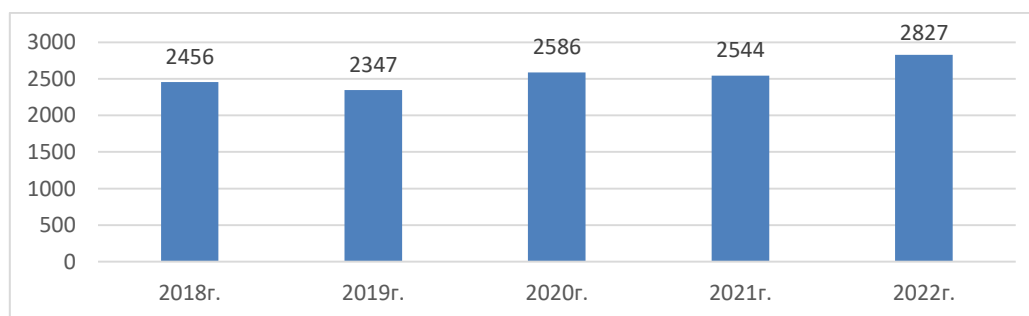


Рисунок 3. Динамика экономических преступлений в Республике Башкортостан за 2018-2022гг.

Важно отметить, что анализ экономической преступности должен учитывать высокую степень ее скрытности [2]. Реальные масштабы экономических преступлений намного превышают количество зарегистрированных преступлений. Большинство экономических преступлений не отражаются в официальной статистике по разным причинам, и их латентность

составляет от 70% до 95%. Наиболее скрытыми являются преступления, связанные с незаконным предпринимательством, легализацией денежных средств, монополистическими действиями, изготовлением и сбытом поддельных платежных документов и взяточничеством.

Таким образом, экономические преступления наносят значительный ущерб интересам граждан, государства и общества, способствуют негативным тенденциям в экономике и дальнейшему расслоению населения.

\*\*\*

1. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 // Собрание законодательства РФ. 2017. № 20. Ст. 2902.
2. Сибатулина Р.М., Гильмутдинова Р.А. Противодействие теневой экономике - постоянное направление деятельности государства // В сборнике: Экономическая безопасность: проблемы, перспективы, тенденции развития. Материалы V Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 855-860.
3. Тарбакова, К. А. Экономическая преступность как угроза экономической безопасности региона / К. А. Тарбакова, И. М. Ханова // Теоретические и прикладные вопросы комплексной безопасности : Материалы IV Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 30 марта 2021 года. Том 2. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Институт развития дополнительного профессионального образования», 2021. – С. 61-64.
4. Шайхисламова, Р. Р. Экономическая преступность как угроза экономической безопасности региона / Р. Р. Шайхисламова, Е.В. Жилина // Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник статей XXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 05 сентября 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 112-115.
5. Итоги деятельности МВД по РБ. URL: <https://02.xn--b1aew.xn--p1ai/%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C/%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8-%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8> (дата обращения: 13.07.2023г.)

**Катаев А.В.**

### **К вопросу использования цифровых технологий на предприятиях различных отраслей народного хозяйства**

*ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет-МСХА имени К.А. Тимирязева»  
(Россия, Москва)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-82*

*Научный руководитель: Малыха Е.Ф.*

#### **Аннотация**

В статье рассматривается применение цифровых технологий в отраслях народного хозяйства. Цифровизация сельского хозяйства необходима для повышения эффективности и устойчивости его функционирования путем кардинальных изменений качества управления как технологическими процессами, так и процессами принятия решений на всех уровнях иерархии, базирующихся на современных способах производства и дальнейшего использования информации о состоянии и прогнозировании возможных изменений управляемых элементов и подсистем, а также экономических условий в сельском хозяйстве.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, сельское хозяйство, цифровая экономика, агропромышленный комплекс, трансформация.

#### **Abstract**

The article discusses the use of digital technologies in sectors of the national economy. Digitalization of agriculture is necessary to increase the efficiency and sustainability of its functioning through fundamental changes in the quality of management of both technological processes and decision-making processes at all levels of the hierarchy, based on modern methods of production and



the further use of information about the state and forecasting possible changes in controlled elements and subsystems, as well as economic conditions in agriculture.

**Keywords:** digital technologies, agriculture, digital economy, agro-industrial complex, transformation.

Развитие цифровой экономики порождает новые условия хозяйствования современных предприятий. Цифровая трансформация предприятий предполагает тщательную диагностику состояния предприятия, его готовности к цифровизации на основе процессного подхода. Цифровая трансформация начинается с анализа бизнес-процессов рисунок 1. Для успешного внедрения цифровых решений необходимо описать основные, вспомогательные, обеспечивающие, сопутствующие бизнес-процессы, а также бизнес-процессы управления и развития предприятия с целью выявления проблем и направлений цифровизации для их решения на основе полученных моделей бизнес-процессов [1].



Рисунок 1. Внедрение цифровых технологий на предприятии.

После этого нужно разработать план цифровой трансформации, включающий не только внедрение цифровых технологий, но и новых цифровых продуктов, процессов. Очень важно переосмыслить миссию, стратегию предприятия, а также принципы и систему управления. Далее разрабатываются различные варианты проектов цифровизации с обязательным расчетом их эффективности и рисков.

Большое значение имеет взаимодействие компаний-разработчиков, интеграторов цифровых решений и управленческой команды предприятия. Ключевой фактор успешной трансформации – наличие плана на несколько лет вперед с ключевыми вехами и контрольными точками. Целью цифровой трансформации бизнес-процессов предприятия является рост эффективности и качества управления на основе цифровой платформы – цифрового двойника предприятия. Цифровой двойник – это совокупность технологий, которые воспроизводят в виде цифрового аналога реальный физический объект (систему объектов), позволяют управлять системой объектов, контролировать ее [2].

В основе систем цифрового двойника предприятия заложены сквозные цифровые технологии. Однако функциональные возможности данных систем зависят от конкретной отрасли экономики. В основном технологии цифровых двойников наиболее распространены в энергетике, промышленности, транспорте, отрасли связи.

В сельском хозяйстве данные решения пока не применяются в силу того, что АПК технологически сложнее, чем другие отрасли производства. Цифровая трансформация затрагивает следующие преобразования предприятия: бизнес-деятельности / функций предприятий: маркетинг, операции, человеческие ресурсы, администрирование, обслуживание клиентов и т.д.; бизнес-процессов: одна или несколько связанных операций и последовательность действий для достижения конкретной бизнес-цели, при которой управление бизнес-процессами, оптимизация бизнес-процессов и автоматизация бизнес-

процессов объединяются в одно целое (с новыми технологиями, такими как роботизация бизнес-процессов).

Оптимизация бизнес-процессов имеет одно из важнейших значений в стратегиях цифровой трансформации; бизнес-модели: как функционируют предприятия, от подхода к выходу на рынок и ценностного предложения до способов, которыми предприятие стремится зарабатывать деньги и эффективно трансформирует свой основной бизнес, используя новые источники дохода и подходы; бизнес-экосистемы: сети партнеров и заинтересованных сторон, а также внешние факторы, влияющие на бизнес, такие как нормативная правовая база и экономические приоритеты; управление бизнес-активами: при этом акцент делается на традиционных активах, но все в большей степени на менее «материальных» активах, таких как информация и клиенты (повышение качества обслуживания клиентов является основной целью многих «проектов» цифровой трансформации, а информация является источником жизненной силы бизнеса, эволюции и любых человеческих отношений).

Как клиенты, так и информация должны рассматриваться в качестве реальных активов во всех аспектах; организационная культура, при которой должна быть четкая, ориентированная на клиента, гибкая и адаптивная цель, которая достигается путем приобретения основных компетенций по всем направлениям в таких областях, как цифровая зрелость, лидерство, интеллектуальная работа и т. д. Культура также пересекается с процессами, бизнес-деятельностью, сотрудничеством и IT-стороной цифровой трансформации.

Для более быстрого вывода приложений на рынок требуются изменения; модели экосистем и партнерских отношений, в том числе рост совершенно новых подходов к организации экосистемы бизнеса, ведущих к появлению новых бизнес-моделей и источников доходов. Новые бизнес-модели будут играть ключевую роль в экономике по принципу «продукт как услуга» и в достижении успеха цифровой трансформации; клиентов, работников и партнерских подходов.

Цифровая трансформация ставит во главу угла людей и стратегию, а не сами технологии. Изменяющееся поведение ожидания и потребности любого заинтересованного лица имеют решающее значение. Важно отметить, что цифровые технологии никогда не являются единственным ответом для решения любого из этих человеческих аспектов, от удовлетворения потребностей работника до улучшения качества обслуживания клиентов. Только сами люди могут вовлекать и расширять возможности других людей. Технологии являются лишь дополнительным стимулом и частью общего процесса в выборе тех или иных потребностей [1, 3].

Развитию цифровых технологий способствуют распространение глобальных цепочек создания стоимости; новые модели инновационной деятельности; кастомизация и диверсификация производства, когда предприятия все больше и больше в производстве учитывают индивидуальные потребности разных сегментов потребителей; появление новых бизнес-моделей, основанных на беспилотных технических средствах и дистанционном зондировании; повышение роли интеллектуального капитала и другие инновации. В настоящее время цифровые технологии в экономике распространяются достаточно быстро [4].

Стоимость цифровых компаний во всем мире увеличивается. Факт высокой скорости роста цифрового сектора в валовом внутреннем продукте различных государств говорит о том, что экономика переходит к новому технологическому укладу на основе цифровых технологий. Цифровая трансформация предприятий влечет за собой переосмысление продуктов и услуг как цифровых активов, генерирование новой ценности от взаимосвязи материальных и цифровых активов посредством данных и создание экосистем, позволяющих сделать это возможным, что в итоге приводит к фундаментальным изменениям в деловой и организационной деятельности, процессах, компетенциях и бизнес-моделях и как следствие позволяет повысить производительность предприятия.

Новая парадигма проектирования позволяет учитывать максимальное количество требований потребителей на различных этапах цикла разработки и производства продукции. Благодаря применению цифровых технологий и систем современное передовое производство



отличается сокращенным временем жизненного цикла продукта. Весь процесс проектирования под заданные сроки и на заданную стоимость становится гораздо дешевле, сокращается его трудоемкость, что позволяет сократить затраты на производство продукции и в максимально сжатые сроки удовлетворить потребности потребителей [5].

Модель, «цифровой двойник» предприятия позволяет спроектировать продукцию в сжатые сроки. Проектирование и управление жизненным циклом продукции становится практически полностью автоматизированным. Цифровое, «умное», предприятие предполагает полную автоматизацию, улучшение контроля и оптимизацию процессов, гибкое производство и массовую кастомизацию, то есть ориентацию на потребителя.

Функционирование цифрового предприятия предусматривает управление цепочками поставок и создания добавленной стоимости через интеграцию продуктов и услуг, глобальное сетевое производство и логистику.

\*\*\*

1. Худякова Е.В., Степанцевич М.Н, Горбачев М.И. Цифровые технологии в АПК: учебник. М.: ООО Мегapolis, 2022. 220 с.
2. Хултен Дж. Разработка интеллектуальных систем. М.: ДМК Пресс, 2019, 284 с.
3. Голубев И.Г., Мишуров Н.П., Федоренко В.Ф. и др. Цифровые решения при техническом сервисе сельскохозяйственной техники: Аналитический обзор. М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2020. 76 с.
4. Черноиванов, В. И. Цифровые технологии в АПК / В. И. Черноиванов // Техника и оборудование для села. – 2018. – № 5. – С. 2-4. – EDN XORBJR.
5. Катаев Ю.В., Герасимов В.С., Тишанинов И.А. Использование цифровых технологий в инженерной структуре АПК // Научно-информационное обеспечение инновационного развития АПК: Материалы XIV Международной научно-практической Интернет-конференции, Московская обл., Пушкинский р-н, рп. Правдинский, 07–09 июня 2022 года. М: ФГБНУ «Росинформагротех», 2022. С. 381-387. EDN DMDIZY.

**Клинская А.И.**

### **Исследование рисков информационной безопасности, которые присущи некредитным финансовым организациям**

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева  
(Россия, Самара)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-83*

#### **Аннотация**

Сегодня деятельность абсолютно любой организации, а особенно финансовой, невозможно представить без обработки массива информации. Любая финансовая организация осуществляет сбор, систематизацию, хранение, уточнение (обновление, изменение) использование, распространение (в том числе передачу) колоссального объема данных о сотрудниках, клиентах, партнерах и т. д. Утечка, потеря или несанкционированное изменение персональных данных может повлечь за собой невосполнимый ущерб и угрозу репутации организации, а порой и полную остановку его деятельности. Именно поэтому исследование рисков информационной безопасности является особенно актуальным на сегодняшний день.

**Ключевые слова:** защита информации, информационная безопасность, некредитные организации, риски, угроза.

#### **Abstract**

Today, the activity of absolutely any organization, and especially financial, is impossible to imagine without processing an array of information. Any financial organization collects, systematizes, stores, clarifies (updates, changes) uses, distributes (including transfers) a huge amount of data about employees, customers, partners, etc. Leakage, loss or unauthorized modification of personal data may entail irreparable damage and a threat to the reputation of the organization, and sometimes a complete

shutdown of its activities. That is why the study of information security risks is especially relevant today.

**Keywords:** information protection, information security, non-credit organizations, risks, threat.

В середине 2013 г. действующий механизм регулирования финансового и банковского рынка в России был модифицирован. В сферу влияния Банка России, помимо кредитных организаций, были включены новые субъекты регулирования. Это нашло законодательное закрепление в тексте Федерального закона от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», а текст этого нормативного документа был дополнен статьей 76.1, которая закрепила прежде неизвестное российской финансовой практике понятие «некредитные финансовые организации».

В круг этих организаций попали такие финансовые организации, которые осуществляют следующие виды деятельности:

- профессиональные участники рынка ценных бумаг;
- управляющие компании инвестиционного фонда, паевого инвестиционного фонда и негосударственного пенсионного фонда;
- специализированные депозитарии инвестиционного фонда, паевого инвестиционного фонда и негосударственного пенсионного фонда;
- акционерные инвестиционные фонды;
- клиринговая деятельность;
- деятельность по осуществлению функций центрального контрагента;
- деятельность организатора торговли;
- деятельность центрального депозитария;
- деятельность субъектов страхового дела;
- негосударственные пенсионные фонды;
- микрофинансовые организации;
- кредитные потребительские кооперативы;
- жилищные накопительные кооперативы;
- бюро кредитных историй;
- актуарная деятельность;
- кредитные рейтинговые агентства;
- сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы;
- ломбарды.

Российская практика деятельности некредитных финансовых организаций свидетельствует о том, что круг этих организаций не остается неизменным, в него включаются новые участники и исключаются другие.

Как и все финансовые организации некредитные финансовые организации подвержены рискам информационной безопасности.

Информационная безопасность представляет собой невозможность причинения вреда свойствам объекта безопасности, которые обусловлены информацией и информационной инфраструктурой.

К рискам информационной безопасности, характерным для некредитных финансовых организаций, относятся:

Риски организационного характера:

- ошибки сотрудников, их низкая квалификация и уровень профессионализма,
- вред умышленного характера, который наносится внутренними сотрудниками,
- несоблюдение принципа «двух пар глаз» - совмещения обязанностей администраторов информационных систем и информационной безопасности,
- отсутствие средств, подающих сигналы о возникновении ситуаций, не вписывающихся в регламент.

2. Риски репутационного характера:

- размещении информации, связанной с внутренними процессами организации и угрожающей репутации организации, во внешней среде,
  - использование продуктов, которые не были сертифицированы, у которых нет лицензии и др.
3. Риски конфиденциальности:
- доступ к данным в информационных системах и персональным компьютерам, паролям и ключам, который не был санкционирован,
  - утечка служебной информации и перехват важных данных,
  - некачественная идентификация пользователей информационных систем.
4. Риски целостности и доступности:
- сбой в работе технических средств и программ, потеря необходимых данных или же их недоступность в результате влияния форс-мажорных обстоятельств,
  - заражение информационных систем организации вирусами,
  - DDoS-атаки на компьютеры сотрудников организации,
  - СПАМ-сообщения.
5. Риски финансового характера:
- недополучение прибыли в связи с издержками, связанными с регулированием последствий некорректной работы систем информационной безопасности,
  - средства, направленные на поддержание уровня информационной безопасности, ее модернизацию в связи с повышением киберактивности, ее неоптимальной архитектурой, стоимостью оборудования,
  - завышенная стоимость услуг страхования от киберрисков,
  - недополучение прибыли в связи с издержками альтернативных возможностей,
  - недостаточная ликвидность в связи с чрезмерным инвестированием в систему информационной безопасности,
  - изменение ценовой политики организации в связи с необходимостью покрытия расходов на разработку или модернизацию системы информационной безопасности.

Также следует выделить основные тенденции угроз, связанные с обеспечением информационной безопасности: рост количества кибератак, кибермошенничества и увеличение случаев кибертерроризма; совершенствование различных методов взлома, а также причинение вреда цифровым платформам и электронным устройствам; возникновение вирусов нового типа.

Защита информации включает совокупность мер по обеспечению конфиденциальности и целостности информации при условии сохранения её доступности для имеющих соответствующие права пользователей.

В качестве мер, направленных на обеспечение информационной защиты данных, следует привести:

- требуется усовершенствовать стандарты по информационной безопасности в финансовых и коммерческих организациях на государственном уровне и внедрить контроль за их исполнением,
- необходимо увеличить объем финансирования на развитие защиты баз данных,
- нужно применять зарубежный опыт и технологии, учитывая особенности российской финансовой системы,
- должны применяться инновационные технологии по борьбе с кибератаками,
- требуется проводить профилактические работы, чтобы протестировать и оценить качество информационной системы,

- развивать отечественные разработки по защите информации с целью снижения зависимости от зарубежного программного обеспечения,
- повышение квалификации работников организаций с целью снижения ошибок практического характера, которые могут поспособствовать реализации риска информационной безопасности.

Обеспечение информационной безопасности некредитных финансовых организаций должно основываться на следующих принципах:

- 1) Принцип системности. Согласно ему, защитные меры должны быть нацелены на предотвращение информационных атак со стороны внешних и внутренних источников, а также учитывать применяемые средства защиты и каналы закрытого доступа. Средства защиты должны использоваться адекватно вероятным видам угроз и функционировать в виде комплексной системы защиты, технически дополняя друг друга.
- 2) Принцип прочности. Устанавливает, что правила обеспечения информационной безопасности должны охватывать все зоны безопасности, иметь равную надёжность защиты и позволять определять вероятные угрозы.
- 3) Принцип многоуровневой защиты. Ориентирован на создание рубежей защиты информационной системы, состоящих из последовательно расположенных зон безопасности, ключевая из которых располагается внутри всей системы.
- 4) Принцип бесперебойности. В соответствии с ним, функционирование системы информационной безопасности должно быть непрерывным и бесперебойным.
- 5) Принцип благоразумности. Выражается в разумности применения защитных мер с требуемой степенью безопасности. В основе этого принципа лежит целесообразность высоких материальных затрат и рациональность их дальнейшего использования. Так, себестоимость защитных мер не должна превышать размера вероятного ущерба, расходы на обслуживание и работоспособность защитной системы.

Таким образом, в заключении можно сделать вывод, что в связи со спецификой положения некредитных финансовых организаций на рынке как особого доверенного лица своих клиентов, в распоряжении которого находятся персональные данные, обеспечение конфиденциальности данных сведений является приоритетным направлением по обеспечению безопасности любого финансового учреждения. Для обеспечения конкурентоспособности организации, поддержания своей деловой репутации, оно должно регулярно совершенствовать систему защиты персональных данных клиентов, чтобы она соответствовала требованиям как национальных, так и международных стандартов о персональных данных и защите информации. Мероприятия, в рамках единой комплексной системы организационно-технических и правовых мероприятий по защите информации, являются технически сложными и требуют определенной квалификации сотрудников, глубокого уровня знания законодательной базы и понимания всего груза ответственности за сохранность информации, а также средств, обеспечивающих их защиту.

\*\*\*

1. Аркадьев А. М. Информационная безопасность в условиях развития информационных технологий: учеб. пособие. М.: Издательство Юрайт, 2019.
2. Злобин Г. О. Информационная безопасность: угрозы и защита. М.: Лань, 2019.
3. Кобылянский В. Н., Панкратов О. М., Шернина О. А. Информационная безопасность. Учебное пособие. М.: Издательство Юрайт, 2019.
4. Матвеев В. С., Сергеев В. В. Информационная безопасность: учеб. пособие. М.: Юрайт, 2019.
5. Портнов А. П. Информационная безопасность: учебник. М.: Издательство Юрайт, 2019.
6. Струков А. С. Информационная безопасность: учебное пособие. М.: Издательство Юрайт, 2019.
7. Тверитинов Е. А. Информационная безопасность. Учебник для высших учебных заведений. М.: Издательство Юрайт, 2019.

**Коротынская С.В.****Совершенствование отдела снабжения логистики в нефтегазовой промышленности на примере ООО Сахалинская Энергия***Государственный университет управления  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-84

**Аннотация**

В статье представлен анализ нефтегазовой промышленности на примере ООО «Сахалинская энергия», которая в результате ухода иностранных компаний соучредителей столкнулась с проблемой закупочной логистики. Новые условия производственно-логистической системы предприятия формируются на основе стратегических приоритетов внедрения цифровых информационных технологий в процесс логистики, в том числе на этапе закупки товарно-материальных ценностей необходимых для бесперебойной работы предприятия. В этой связи на основе проведенного анализа процесса снабжения предприятия предложено внедрить информационную систему, позволяющую усовершенствовать работу отдела снабжения логистики в ООО «Сахалинская энергия».

**Ключевые слова:** логистика, цифровизация, нефтегазовая отрасль, производственно-логистическая система, логистический процесс.

**Abstract**

The article presents an analysis of the oil and gas industry on the example of Sakhalin Energy LLC, which, as a result of the departure of foreign co-founders, faced the problem of procurement logistics. New conditions of the production and logistics system of the enterprise are formed on the basis of strategic priorities for the introduction of digital information technologies in the logistics process, including at the stage of purchasing inventory necessary for the smooth operation of the enterprise. In this regard, based on the analysis of the supply process of the enterprise, it is proposed to introduce an information system that allows improving the work of the logistics supply department in Sakhalin Energy LLC.

**Keywords:** logistics, digitalization, oil and gas industry, production and logistics system, logistics process.

В связи с цифровизацией различных отраслей и развитием информационных технологий, логистика стала очень важным направлением в развитии экономики [8]. Логистика стала одной из ключевых задач в организационной структуре многих компаний, которые работают в этой сфере. В каждой отрасли экономики, на любом предприятии вопросы бесперебойного функционирования цепочки поставок становятся все более важными [1]. Оптимизация логистических процессов является одна из важных задач для любой компании, вне зависимости от ее размера, масштаба и месторасположения. Эффективное управление логистическими процессами позволяет повысить уровень организационной и экономической устойчивости бизнеса, что является одним из главных резервов для снижения общего уровня затрат. Естественно, обеспечить экономическую эффективность логистического бизнеса невозможно без оптимизации работы самого отдела или управления логистики [2].

Крупные компании, представленные на рынке нефтегазовой отрасли, имеют особенности в процессе логистики, т.к. в их задачи входят добыча, транспортировка, переработка и маркетинг нефти и природного газа. Нефтегазовая отрасль играет важную роль в формировании федерального бюджета и развитии экономики России, т.к. доля отрасли в ВВП страны составляет порядка 20% [9].

Санкции и уход иностранных компаний с рынка нефтегазовой отрасли не смогли существенно повлиять на развитие отрасли. Так к концу 2022 года отмечался прирост отрасли на 6-7%. Практически все регионы, специализирующиеся на добыче нефти и газа в 2022 году,

показали рост на уровне 110-120%. Исключение составила Сахалинская область, где наблюдался спад в отрасли по отношению к 2021 году на уровне 20%. Причиной этого спада является уход с рынка иностранных компаний.

В настоящее время Сахалинская область входит в пятерку лидеров среди регионов нефтегазодобычи. В 2023 году нефтегазовый комплекс Сахалинской области насчитывает 7 крупных компаний, занимающихся добычей нефти и газа. Одной из таких компаний является ООО «Сахалинская энергия», которая в результате указа Президента России все права и обязанности прежнего оператора проекта «Сахалин-2» Sakhalin Energy Investment Company Ltd. перешли специально созданному ООО «Сахалинская энергия». Согласно рейтингу RAEX-600 2022 года компания ООО «Сахалинская энергия», занимает 38 место. Компания поставляет на рынок нефть и сжиженный природный газ, является одним из крупнейших комплексных проектов в области добычи, транспортировки и переработки углеводородов в мире.

Проект состоит из трех морских ледостойких платформ, транссахалинской трубопроводной системы протяженностью 300 км и наземного нефтепровода, который имеет протяженность 800 км. В состав проекта также входит крупнейший в России проект по производству СПГ - первый в мире завод по выпуску СПГ с объемом производства 4 процента от мирового объема.

В компании уделяют особое внимание управлению закупочной, транспортной и сбытовой логистики. Основным документом, регламентирующим деятельность материально-технического снабжения в области оказания услуг и выполнения работ, является «Политика по материально-техническому обеспечению и подрядным работам» (далее Политика). Политика применима не только к сотрудникам компании, но и к ее контрагентам, которые непосредственно участвуют в управлении продажами. Политика применима к любым операциям, связанным с приобретением материальных и технических ресурсов, работ и услуг. Начальник управления материально-техническим снабжением и подрядными работами отвечает за соблюдение условий, предусмотренных типовыми договорами и другими нормативными документами в области снабжения. «Компания «Сахалинская Энергия» руководствуется следующими принципами организации логистики:

- безопасность — не причинять вред окружающей среде, здоровью и собственности;
- дополнительная ценность от управления поставщиками – это увеличение ценности и получение долгосрочного экономического эффекта;
- принцип прозрачности определяет неприемлемость получения личной выгоды, взяток и коррупции – при осуществлении любых операций по цепям поставок;
- обеспечение конкуренции осуществляется через открытые конкурсы на рынке.
- соблюдение прав человека – это уважение и продвижении контрагентами основополагающих прав;
- устойчивое развитие - это устойчивый рост при выборе поставщиков, принятии решений по управлению цепями поставки.

Политика предусматривает меры, которые должны обеспечивать перечисленные выше принципы логистики. В соответствии с указанными принципами размещение и управление договорами происходит следующим образом:

- происходит формирование списка высококвалифицированных поставщиков для определенных видов ресурсов и объемов услуг;
- проведение обучающих семинаров для сотрудников компании отделов и служб логистики;
- организация семинаров с потенциальными поставщиками.

Проведение конкурсов по закупке материальных и технических ресурсов осуществляется при достаточном рыночном потенциале компании в результате заключения договора по результатам тендера. На следующем этапе осуществляется рассылка приглашений на участие в конкурсе, предоставление пояснительных материалов. Затем происходит подача конкурсных предложений и проведение технической экспертизы тендерных заявок (в том числе

вопросы охраны окружающей среды и техники безопасности). На заключительном этапе происходит коммерческая оценка тендерных заявок и заключение контрактов по завершению всех этапов конкурса.

На этапе исполнения условий выполнения договора отделом управления договорами компании уделяется особое внимание, а именно отслеживаются ключевые показатели эффективности (КПЭ), проводятся встречи по оценке деятельности с подрядчиками, проводится разъяснительная работа с сотрудниками и обучение их требованиям (в частности, в области противодействия коррупции, противодействия коррупционным и коррупционным правонарушениям, а также прав человека), проводятся проверки и аудит подрядчиков на предмет выполнения работ по контракту.

Особенность производственной системы предприятий нефтегазодобывающей отрасли заключается в ее непрерывном производстве и поставки продукции потребителям. Такой производственный процесс получил название «процесс тянущей системы». Производственный процесс тянущей системы наиболее полно воплощает логистический подход к поставкам материалов в производство с учетом норм потребления и времени, требуемого для выполнения операций производственного процесса. Таким образом, достигается снижение уровня запасов и минимизация производственных циклов [4].

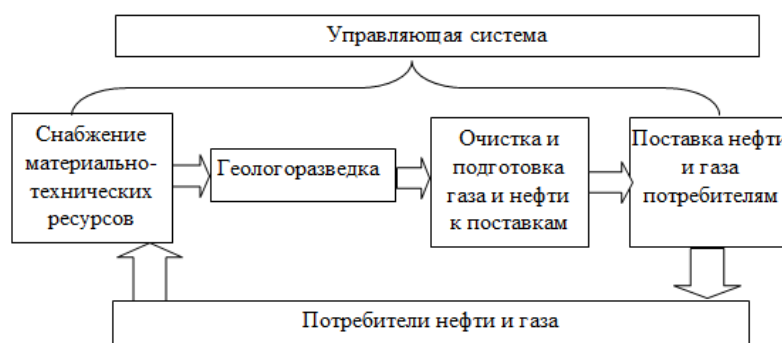


Рисунок 1. Производственно-логистическая система тянущего типа ООО «Сахалинская энергия».

Основным принципом деятельности ООО «Сахалинская энергия» является преемственная работа плановой и рыночной систем управления. Таким образом, предприятия сохраняют хозяйственную связь между собой и используют накопленный опыт в новых задачах, связанных с обеспечением материально-техническим снабжением. Но взаимодействие, основанное только на накопленном управленческом опыте, не дает желаемого результата, так как новые концепции управления требуют логистического подхода к управлению материально-техническими ресурсами. Для того, чтобы система снабжения материально-техническими ресурсами соответствовала потребностям рынка, ее необходимо перестроить с учетом требований рынка [5].

Одной из главных проблем, с которой сталкиваются нефтегазовые предприятия, является нехватка информационных технологий для управления потоками. В настоящее время информационные технологии являются неотъемлемой частью бизнеса на нефтегазовом предприятии [3]. Однако, некоторые предприятия не могут использовать все возможности современных информационных систем. Это ведет к неэффективным расходам ресурсов, задержке поставок и повышению затрат [7].

Сегодня в мире ИТ-технологии в автономной внутривозвратной логистике применяют 17% нефтегазодобывающих компаний. Планируется, что в предстоящие пять лет, до 2028 года их доля составит 35% [8].

Цель цифровизации заключается в стратегии развития «Сахалинская энергия» с помощью внедрения новых технологий и использования имеющихся у компании наработанных цифровых технологий для достижения поставленных целей стратегии.



В приоритетных направлениях стратегии компании ООО «Сахаринская энергия» сформулированы следующие цели цифровизации общества:

- цифровизация бизнес-процессов, внутренних и внешних каналов коммуникаций;
- развитие информационных технологий, использование новых методов управления данными, гибкого подхода к разработке и внедрению цифровых продуктов, а также гибкие методы разработки и реализации цифровых проектов;
- проекты и инициативы, направленные на внедрение цифровых продуктов и решений в повседневную жизнь.

В связи с прекращением в первой половине 2022 года предоставления ИТ-услуг со стороны зарубежных провайдеров «Сахалинская Энергия» перенесла фокус внимания с развития и преобразования цифровой трансформации на обеспечение функционирования действующих ИТ-сервисов Общества.

В 2022 году «Сахалинская Энергия» начала реализацию Программы обеспечения устойчивости цифровой платформы, информационной безопасности и соответствия требованиям законодательства РФ (Программа ОУЦП) [10]. В объем программы входят проекты и мероприятия по восстановлению ИТ-решений и их функционала, которые использовались в ООО «Сахалинская Энергия» до ухода иностранных партнеров и смены собственников.

Внедрение процесса цифровизации в снабжение предприятия товарно-материальными ценностями может происходить на следующих принципах:

1. Активной поддержки внедрения цифровизации со стороны руководителей компании
2. Экономической эффективности внедряемых мероприятий цифровизации путем соотношения результатов к затратам реализуемых цифровых инициатив и проектов, а также в ходе последующего мониторинга достижения бизнес-результатов через анализ влияния на ключевые показатели эффективности (КПЭ).
3. Интеграции процесса цифровизации закупочной логистики с бизнес-процессами предприятия и другими стратегическими приоритетами «Сахалинской Энергии».
4. Система управления цифровыми проектами, процессами оценки и принятия решений обеспечивают максимальное использование ресурсов и оптимальные решения в сфере цифровых технологий.
5. Умение управлять данными и извлекать из них ценность является ключевым навыком корпоративного управления.
6. Проведение эффективных и быстро реализуемых цифровых проектов обеспечивается со стороны сотрудников «Сахалинская энергия». Для достижения конкурентоспособности общество совершенствует процессы, технологии, продукты и инструменты, которые предоставляет индустрия. Исследует перспективные направления в области искусственного интеллекта, прогнозной аналитики, машинного обучения, прогнозной аналитики и вырабатывает собственные решения.

Программа цифровизации закупочной логистики включает в себя два этапа. Первый включает в себя мероприятия по локальному управлению ресурсами и сервисами, а также пользователями. В ходе этого этапа компьютеры, учетная запись пользователей перенаправлены в локальную сеть для обеспечения приоритетных бизнес-операций. На втором этапе происходит внедрение в закупочную логистику информационной системы централизованной закупочной деятельностью на базе «1С: Управление холдингом 8» [6].

Представим схему взаимодействия процесса закупки с другими процессами предприятия на рисунке 2.

Представленная на рисунке 2 схема закупочной логистики демонстрирует подготовку и проведение закупок продукции в отношении внешних контрагентов, распределения товарно-материальных ценностей внутри предприятия на основе процессе применения цифровых технологий.

Основной функционал системы на предприятии ООО «Сахалинская энергия» позволит реструктуризировать отдел закупок, обучить персонал для работы в новой системе, направленной на формирование комплекточной ведомости, подписание и утверждение плана закупок, подготовку к закупке продукции, контроль за проведением закупки, организацию информационного обмена с поставщиками, а также управление процессами планирования, подготовки и проведения закупки, включая информационное обеспечение.

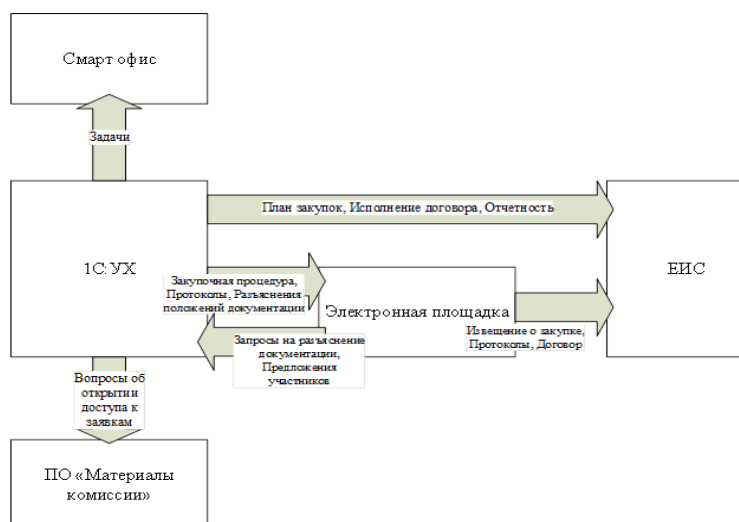


Рисунок 2. Схема взаимодействия закупочной логистики «1С: Управление холдингом 8» с другими системами ООО «Сахалинская энергия» [6].

Проведя анализ развития закупочной логистики ООО «Сахалинская энергия» выявлены проблемы в системе логистики предприятия в связи с уходом купного иностранного партнера и реорганизации предприятия в 2022 году в связи с Указом президента. Для налаживания процесса логистики на предприятии разработана стратегия приоритетом которой выступает внедрение информационных технологий в систему логистики предприятия, в том числе закупочную. Система закупочной логистики «1С: Управление холдингом 8» интегрирует с другими системами предприятия и облегчает процесс управления товарно-материальными ценностями на этапе закупки и распределения внутри предприятия.

\*\*\*

1. Бестселлер для логистов нефтегазовой отрасли. [Электронный ресурс] URL: <https://sectormedia.ru/news/sobytiya-neft-i-gaz/bestseller-dlya-logistov-neftegazovoy-otrasli/> (дата обращения 20.09.2023)
2. Жуков Б.М. Управленческие технологии гибкого развития предприятия на основе процессов реструктуризации, логистизации и повышения капитализации // Материалы Международной научно-практической конференции. Изд-во: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" (Москва), 2019. – С. 294. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/uvwrcx> (дата обращения 20.09.2023)
3. Зачем проводить цифровую трансформацию в логистике [Электронный ресурс] URL: [Зачем проводить цифровую трансформацию в логистике \(finkont.ru\)](https://finkont.ru) (дата обращения 20.09.2023)
4. Койшиев Р. Проблемы эффективного управления внутренней логистикой на предприятиях нефтегазового комплекса// Материалы Международной научно-практической конференции. Изд-во: Студенческий вестник, 2021. – С. 87-88. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/lrxqaz> (дата обращения 22.09.2023).
5. Официальный сайт ООО «Сахалинская энергия» [Электронный ресурс] URL: <https://www.sakhalinenergy.ru/ru/news/6636/> (дата обращения 20.09.2023)
6. Разработка и внедрение информационной системы централизованной закупочной деятельностью в АО «Росгеология» на базе «1С: Управление холдингом 8». [Электронный ресурс] URL:

- <https://eawards.1c.ru/projects/razrabotka-i-vnedrenie-informacionnoy-sistemy-centralizovannoy-zakupochnoy-deyatelnostyu-v-ao-rosgeologiya-na-baze-1s-upravlenie-holdingom-8-186796/> (дата обращения 20.09.2023)
7. Рахматуллина В. Р., Горшенин В. Ф. Цифровая трансформация закупочной логистики // Общество, экономика, управление. - 2018. - Том 3, № 4. - С. 40-45
  8. Рынок IT-продуктов для нефтегазового сектора России – экспертная публикация Группы «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» [Электронный ресурс] URL: Рынок IT-продуктов для нефтегазового сектора России – экспертная публикация Группы «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» (delprof.ru) (дата обращения 20.09.2023)
  9. Тасуева Т.С., Элибаева П.Т. Формирование ресурсосберегающего потенциала логистики на предприятиях нефтегазового комплекса // Материалы Международной научно-практической конференции. Изд-во: Вестник гтнту. гуманитарные и социально-экономические науки, 2020. – С. 30-34. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/stjjvk> (дата обращения 22.09.2023).
  10. Цифровые технологии в логистике и управлении цепями поставок: аналитический обзор [Текст] / В. В. Дыбская, В. И. Сергеев, Н. Н. Лычкина и др.; под общ. и науч. ред. В. И. Сергеева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 190 с.

**Кузьменко П.М.**

**Оптимизация структуры посевных площадей и ее влияние на ключевые параметры ценовой стратегии сельскохозяйственной организации**

*Южный федеральный университет  
(Россия, Ростов-на-Дону)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-85

**Аннотация**

В статье представлена модель оптимизации структуры посевных площадей сельскохозяйственного предприятия, включающая целевую функцию и ряд ограничений. Апробация модели выполнена для одного из сельскохозяйственных предприятий юга Ростовской области, специализирующегося на производстве продукции растениеводства. Результатам оптимизации стало перераспределение размера площадей посева возделываемых в хозяйстве культур, что привело к изменению объемов производства и продаж, выручки, прибыли и ряда других показателей, характеризующих эффективность производственно-финансовой деятельности предприятия. Практически значимыми являются результаты оценки влияния предложенных мероприятий на основные параметры ценовой стратегии хозяйства. Речь идет о компенсирующих и критических пороговых значениях цен реализации основных сельскохозяйственных культур.

**Ключевые слова:** структура посевных площадей, ценовая стратегия, модель оптимизации.

**Abstract**

The article presents a model for optimizing the structure of sown areas of an agricultural enterprise, including an objective function and a number of restrictions. The model was tested for one of the agricultural enterprises in the south of the Rostov region, specializing in the production of crop products. The results of optimization were the redistribution of the size of the sown areas of crops cultivated on the farm, which led to changes in production and sales volumes, revenue, profit and a number of other indicators characterizing the efficiency of the production and financial activities of the enterprise. The results of assessing the impact of the proposed measures on the main parameters of the farm's pricing strategy are practically significant. We are talking about compensating and critical threshold values for sales prices of main agricultural crops.

**Keywords:** structure of sown areas, pricing strategy, optimization model.

В современных условиях хозяйствования одним из важных факторов успешного функционирования сельскохозяйственного предприятия на развитом конкурентном рынке является повышение его конкурентоспособности и, как следствие, улучшение его конкурентной позиции на сельскохозяйственных рынках региона. Достижение данной цели во многом зависит от обоснованного объема продаж и цены реализации сельскохозяйственной продукции.

Валовые объемы производства и, как следствие, объемы продаж предприятия зависят от действия множества факторов [1]. Среди них как урожайность сельскохозяйственных культур, так и их посевные площади. Вследствие этого вопросам оптимизации структуры посевных площадей следует уделять достаточное внимание на уровне управления сельскохозяйственной организацией.

Структура посевных площадей – это соотношение площадей посевов различных сельскохозяйственных культур в общей площади хозяйства [5]. Многочисленными исследованиями установлено, что структура посевных площадей должна быть адаптирована к конкретным почвенно-климатическим условиям ведения хозяйства и соответствовать специализации предприятия [3].

Моделирование оптимальной структуры посевных площадей – процесс творческий, требующий глубоких знаний изучаемой проблемы, умения правильно учесть и зафиксировать в модели те факторы, которые отображают ее экономическую сущность. Определение оптимальной структуры площадей посева сельскохозяйственных культур проводили с использованием методов математического программирования для одного из типичных сельскохозяйственных предприятий юга Ростовской области – АО «Учхоз Зерновое». Это предприятие средних размеров землепользования, расположенное в Зерноградском районе и специализирующееся на производстве продукции растениеводства. Хозяйство на протяжении последних лет получало прибыль, однако ее динамика была крайне неустойчивой. Сложившаяся в АО «Учхоз Зерновое» структура посевных площадей является нерациональной, так как посевы подсолнечника в хозяйстве превышают рекомендуемые нормативы для условий Ростовской области и составляют по данным на конец 2022 года 24,25% общей посевной площади при рекомендуемом пороге – не более 15% [4]. В этой связи актуальной для АО «Учхоз Зерновое» является задача оптимизации структуры посевных площадей с сохранением основных принципов чередования культур в севообороте.

Суть задачи сводится к поиску такого размера посевных площадей возделываемых в хозяйстве культур, при котором при заданных ограничениях может быть обеспечено получение максимально возможной прибыли от реализации продукции растениеводства.

С этой целью в модель вводятся основные и вспомогательные переменные. В качестве основных переменных могут быть использованы посевные площади сельскохозяйственных культур, в качестве вспомогательных переменных – затраты труда, площадь пашни, необходимая для данного объема производства и др.

Целевая функция данной модели представляет собой максимизацию прибыли от реализации продукции, что может быть описано с помощью следующего выражения:

$$\sum_{f=1}^F S_{fg} \cdot (Y_{fg} \cdot C_f - R_{fg}) \rightarrow \max, (1)$$

где  $S_{fg}$  – оптимальная площадь пашни, занятой под  $f$ -ой культурой после  $g$ -го предшественника, га;  $Y_{fg}$  – урожайность  $f$ -ой культуры после  $g$ -го предшественника, т/га;  $C_f$  – цена продукции  $f$ -ой культурой, руб./т;  $R_{fg}$  – затраты на 1 га возделывания  $f$ -ой культуры после  $g$ -го предшественника, руб./га.

Решение поставленной задачи предусматривало соблюдение ряда ограничений:

- 1) суммарная посевная площадь сельскохозяйственных культур не может превышать общей площади пашни;
- 2) возделывание сельскохозяйственных культур осуществляют по определенным технологиям, которые обуславливаются нормативными затратами различных ресурсов и планируемой урожайностью;
- 3) должны быть учтены агрономические ограничения по севооборотам, а именно ограничение на площадь, отводимую под посев подсолнечника, возделываемого по заданной технологии;
- 4) ограничение, предусматривающее условие неотрицательности переменных, включенных в задачу.

Результатом решения данной задачи стала оптимальная структура посевных площадей в анализируемом хозяйстве, представленная в таблице 1.

Таблица 1

*Результаты оптимизации структуры посевных площадей.*

Культуры	Фактические показатели в 2022 г.				Прогнозируемые показатели			
	Урожайность, ц/га	Уровень товарности, %	Посевная площадь		Проектируемая площадь		Объем производства, ц	Объем продаж, ц
			га	% к итогу	га	% к итогу		
Озимые зерновые	51,2	89,5	5979	65,91	6860	75,63	351232	314353
Яровые зерновые	36,6	75,7	892	9,83	850	9,37	31110	23550
Подсолнечник	21,5	100	2200	24,25	1361	15,00	29262	29262
<b>ИТОГО</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>9071</b>	<b>100</b>	<b>9071</b>	<b>100</b>	<b>411604</b>	<b>367164</b>

По результатам оптимизации посевы озимых зерновых культур увеличились на 881 га и составили 75,63% общей посевной площади хозяйства, посевы яровых зерновых культур сократились и составили 9,37% всей посевной площади, посевы подсолнечника сократились на 839 га и составили 15% общей посевной площади, что соответствует пороговому значению для условий Ростовской области.

Результатом оптимизации структуры посевных площадей станет рост объемов производства и продаж. Так, объем продаж по озимым зерновым культурам составит 314353 ц, яровому ячменю – 23550 ц, подсолнечнику – 29262 ц.

Оптимизация структуры посевных площадей хозяйства и продажа урожая по цене реализации 2022 года приведет к изменению прибыли, маржинального дохода, безубыточного объема продаж и ряда других показателей, лежащих в основе определения параметров ценовой стратегии по основным видам культур. При этом сущность ценовой стратегии состоит в формировании эффективной ценовой политики предприятия и обосновании оптимальных цен на сельскохозяйственную продукцию [2]. Это означает, что при формировании своей ценовой политики предприятие должно ориентироваться на два пороговых значения цены и реализовывать продукцию не ниже этих предельно допустимых значений. Первое значение – это компенсирующая цена, то есть минимальная цена, при которой предприятие получит прибыль, не ниже фактического уровня предыдущего года. Второе – это критическая цена, то есть минимальная цена, при которой прибыль предприятия окажется равной нулю.

Результаты таких расчетов представлены в таблице 2.

Как видно из представленных данных, следствием оптимизации структуры посевных площадей стало увеличение объемов продаж пшеницы и сокращение объемов реализации ячменя и подсолнечника.

Представленные данные свидетельствуют от том, что рост объемов продаж пшеницы с 237969 до 314353 ц, то есть на 32% позволит предприятию использовать скидку с цены в размере 17,69% при условии получения прибыли в размере ее величины, полученной по итогам 2022 года. То есть, для получения такой же прибыли, как в отчетном 2022 году, предприятие может реализовать больший объем продукции по более низкой цене (1115,02 руб./ц). Если же хозяйство будет продавать зерно по цене 2022 года, то прибыль предприятия увеличится с 48343 тыс. руб. до 117623 тыс. руб., то есть в 1,43 раза.

Таблица 2

*Определение компенсирующей и критической цены реализации вследствие оптимизации структуры посевных площадей в АО «Учхоз Зерновое».*

Показатели	Пшеница		Ячмень		Подсолнечник	
	фактическое значение	прогнозное значение	фактическое значение	прогнозное значение	фактическое значение	прогнозное значение
Цена реализации руб./ц	1354,66	1354,66	1285,06	1285,06	2432,57	2432,57
Объем продаж, ц	237962	314353	24728	23550	48025	29262

Выручка, тыс. руб.	322357	425840	31777	30264	116824	71181
Прибыль, тыс. руб.	48343	117623	11164	10262	27314	4734
Маржинальный доход, тыс. руб.	215810	285090	18933	18031	57793	35213
Точка безубыточности, тыс. руб.	250147	250147	13040	13040	61611	61611
Запас финансовой прочности, %	22,40	41,26	58,97	56,91	47,26	13,44
Эффект операционного рычага (объем продукции)	4,46	2,42	1,70	1,76	2,12	7,44
Эффект операционного рычага (цена реализации)	6,67	3,62	2,85	2,95	4,28	15,04
Компенсирующая цена, %	x	-17,69	x	2,92	x	23,96
Прогнозная цена с учетом компенсирующего процента, руб./ц	x	1115,02	x	1322,59	x	3015,38
Критическая цена при фактическом объеме продаж 2022 г, руб./ц	x	1151,50	x	833,59	x	1863,82
Критическая цена при прогнозном объеме продаж, руб./ц	x	980,48	x	849,30	x	2270,78

Сокращение посевной площади ячменя приведет к уменьшению прибыли от продажи данной продукции. Поэтому для получения прибыли, не меньшей ее уровня 2022 года, руководство предприятия должно поднять цену реализации зерна ячменя с 1285,06 до 1322,59 руб./ц, или на 2,92%.

В целом же перераспределение посевных площадей положительно отразится на увеличении выручки и прибыли от продажи зерновых культур. Так, выручка от продажи зерна увеличится на 28,8% и составит 456104 тыс. руб., а прибыль от продаж увеличится с 59507 до 127885 тыс. руб., или в 2,15 раза.

Сокращение посевов подсолнечника приведет к уменьшению прибыли от продажи его семян по фактическим ценам 2022 года. Вследствие этого для получения прибыли, не меньшей ее уровня 2022 года, руководство предприятия должно поднять цену продажи семян подсолнечника – с 2432,57 до 3015,38 руб./ц, или на 23,96%.

Анализируя критические параметры цены продажи, можно отметить следующее. Критическая цена реализации пшеницы, при которой, реализуя прогнозный объем продаж, предприятие получит нулевую прибыль, составит 980,48 руб./ц. По двум другим культурам – ячменю и подсолнечнику, она оказалась равной 879,30 и 2270,78 руб./ц соответственно.

Таким образом, приведенные исследования показали, что оптимизация структуры посевных площадей является одним из действенных мероприятий по повышению эффективности производственной деятельности субъекта хозяйствования в аграрной сфере, что должно быть учтено при формировании его ценовой стратегии и принятия перспективных управленческих стратегических решений.

\*\*\*

1. Кузьменко, О.В. Современное состояние производства продукции растениеводства в Ростовской области / О.В. Кузьменко // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2012. – №5. – С.170-173.
2. Маркетинг / Под ред. проф. Э.А. Уткина. М.: Ассоциация авторов и изда-телей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 1998. – 320 с.

3. Парахин, Н.В. Оптимизация структуры посевных площадей как фактор повышения устойчивости и эффективности растениеводства / Н.В. Парахин, А.В. Амелин, С.В. Потаракин, С.Н. Петрова // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2007. – №3. – С.2-8.
4. Постановление Правительства Ростовской области №905 от 20.09.2012 «Об утверждении Правил рационального использования земель сельскохозяйственного назначения в Ростовской области»
5. Ремнев, А.А. Оптимизация структуры посевных площадей / А.А. Ремнев // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – №8-1. – С.77-78.

**Левен Я.Я., Бобровская Е.В.**

**Особенности современного состояния рынка хлеба**

*Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина  
(Россия, Омск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-86

**Аннотация**

В России во все времена хлеб являлся самым распространенным продуктом питания, в этом отражается исторически сложившаяся традиционная консервативность населения в отношении данного продукта. По данным Российского союза пекарей и кондитеров [1] потребление хлебных продуктов в РФ составляет 114 кг на человека в год, это на 19 кг выше нормы.

В статье рассматриваются особенности рынка хлеба и хлебобулочных изделий на современном этапе, а также тенденции на этом рынке. Проведен анализ деятельности одного из крупных игроков на рынке хлеба и хлебобулочных изделий на региональном рынке АО «Сибирский хлеб» по показателям выручки и фактической отгрузки хлеба и хлебобулочных изделий.

**Ключевые слова:** хлеб, хлебобулочные изделия, рынок, хлебопекарная отрасль, выручка.

**Abstract**

In Russia at all times, bread has been the most common food product, this reflects the historically established traditional conservatism of the population in relation to this product. According to the Russian Union of Bakers and Confectioners [1], the consumption of bread products in the Russian Federation is 114 kg per person per year, which is 19 kg above the norm.

The article discusses the features of the bread and bakery products market at the present stage, as well as trends in this market. An analysis was carried out of the activities of one of the major players in the market of bread and bakery products in the regional market of JSC Siberian Bread in terms of revenue and actual shipment of bread and bakery products.

**Keywords:** bread, bakery products, market, baking industry, revenue.

В настоящее время рынок хлеба и хлебобулочных изделий имеет следующие особенности.

Во-первых, происходит падение потребительского спроса на продукцию в связи с изменениями культуры питания россиян. Стремление к здоровому образу жизни привело к снижению общего потребления хлеба. Однако для многих россиян хлеб по-прежнему является основным продуктом питания.

Во-вторых, несмотря на рост цен и снижение покупательной способности денежных доходов населения хлеб основных сортов (пшеничный и урожайный) постоянно востребован у покупателей.

В-третьих, несмотря на недостаточную государственную поддержку предприятия хлебопекарной отрасли увеличили объемы производства [5, 6].

Несмотря на сложности в развитии хлебопекарного бизнеса, объем продаж хлеба и хлебобулочных изделий в стране по итогам 2021 года превысил 850 млрд. руб., что на 8,6 % больше, чем в 2020-м, сообщает Росстат [2]. По оценке Российского союза пекарей и



кондитеров, рынок хлебобулочной продукции в России по итогам 2022 года составил 11,3 млн. тонн. В денежном выражении рынок хлеба и хлебобулочных изделий в 2022 году вырос на 15,5 % (990 млрд. рублей против 857,1 млрд. рублей в 2021 г.) [1].

По данным Федеральной налоговой службы в 2022 году на территории страны работало 18,2 тыс. предприятий с основным видом деятельности «Производство хлебобулочных и мучных изделий», из них в сельской местности зарегистрировано 6,6 тыс. К предприятиям микро- и малого бизнеса (учитывая пекарни сетевого ритейла и пекарни потребительской кооперации) относятся 95,7% субъектов хлебопечения, а к среднему бизнесу – 3,2%. [4].

В то же время себестоимость хлеба выросла от 10 до 50 % по разным категориям. Причины — в удорожании сырья, логистики, упаковочных материалов, импортного оборудования и его обслуживания. В связи с этим имеет место рост средних потребительских цен. На рисунке 1 представлены средние потребительские цены на хлеб высшего сорта.

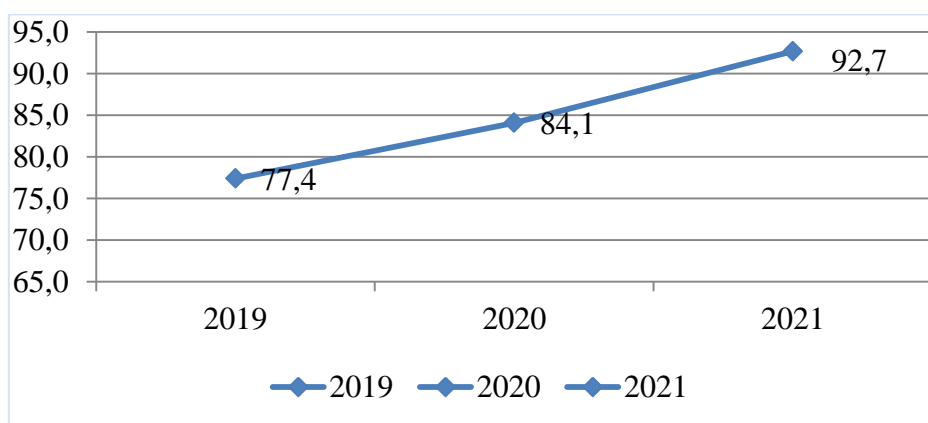


Рисунок 1. Средние потребительские цены на хлеб высшего сорта (руб./кг).

Рентабельность хлебопекарной отрасли всегда была низкой и не превышала уровня инфляции, в этом же году в условиях финансовой турбулентности данный разрыв еще больше увеличился, что сделало сектор менее привлекательным для инвесторов», — сетует вице-президент РСР Сергей Краус. Выросли в цене мука, маргарин, масло, яйца, даже соль подорожала в два раза к началу года, перечисляет директор по развитию компании «Коробейники» (производитель хлеба и готовых замороженных изделий, около 150 т в месяц, г. Москва) Елизавета Коняхина. «Себестоимость нашей продукции увеличилась за первое полугодие на 40 %, — утверждает она.

Подорожание на 18 % произошло всего в течение двух недель после начала специальной военной операции на Украине, отмечает гендиректор НПТП «Хлебный лекарь» (Кировская область) Андрей Малков.

Далее рассмотрим деятельность АО «Сибирский хлеб» - одного из крупных производителей хлеба и хлебобулочных изделий в Омской области.

АО «Сибирский хлеб» входит в группу предприятий АО «Мельница», среднесуточный объем производства составляет более 30 тонн. АО «Сибирский хлеб» выпускает более 92 видов продукции: хлеб, бараночные, сдобные, булочные, слоеные, сухарные, кондитерские изделия. Расширяется ассортимент хлебобулочных изделий функционального и лечебно-профилактического назначения с использованием зерновых смесей. АО «Сибирский хлеб» занимает третье место по объему реализованной продукции в Омской области; его доля рынка составляет 17% [3].

Рассмотрим фактическую отгрузку товаров АО «Сибирский хлеб» за 2019-2021 гг. в таблице 1.

Таблица 1

## Фактическая отгрузка товаров.

Наименование	2019 г.		2020 г.		2021 г.		Выполнение к прошлому периоду, %			
							2020/2019 гг.	2021/2019 гг.	2020/2019 гг.	2021/2019 гг.
	тн.	руб.	тн.	руб.	тн.	руб.	тн.	руб.		
Булочные изделия	1525	112663	1602	127027	1640	130254	102,4	107,6	102,5	115,6
Кондитерские изделия	90,3	14237	72,2	12718	71,3	12147	98,7	79,0	95,5	85,3
Слоеные изделия	119,8	17154	107,9	17243	75,1	12643	69,6	62,7	73,3	73,7
Тесто	46,1	2988,6	27,3	2176,1	20,4	1804,6	74,6	44,1	82,9	60,4
Бараночные изделия	71,5	4894,6	65,1	4834,7	45,1	3423,3	69,3	63,0	70,8	69,9
Хлеб особых сортов	1183	57863	1386	77939	1554	89913	112	131	115	155
Хлеб основных сортов	11254	401542	10973	427751	8612	342712	78,5	76,5	80,1	85,3
<b>ИТОГО:</b>	<b>14498</b>	<b>622935</b>	<b>14450</b>	<b>683192</b>	<b>12018</b>	<b>592897</b>	<b>84,8</b>	<b>84,5</b>	<b>88,9</b>	<b>97,5</b>

По данным таблицы 1 видно, что за последние три года увеличилась фактическая отгрузка товаров по следующим видам продукции:

- булочные изделия - на 7,6% в тоннах и на 15,6% в рублях;
- хлеб особых сортов - на 31% в тоннах и на 55% в рублях;

По остальным видам продукции, как в тоннах, так и в рублях, наблюдается сокращение фактической отгрузки, особенно теста на 55,9 и 39,6% соответственно. Это может быть связано с тем, что покупатели предпочитают приобретать готовые изделия, а не готовить их самостоятельно.

На рисунках 2 и 3 представлена структура фактической отгрузки товаров и структура фактической выручки АО «Сибирский хлеб» в 2021 году.

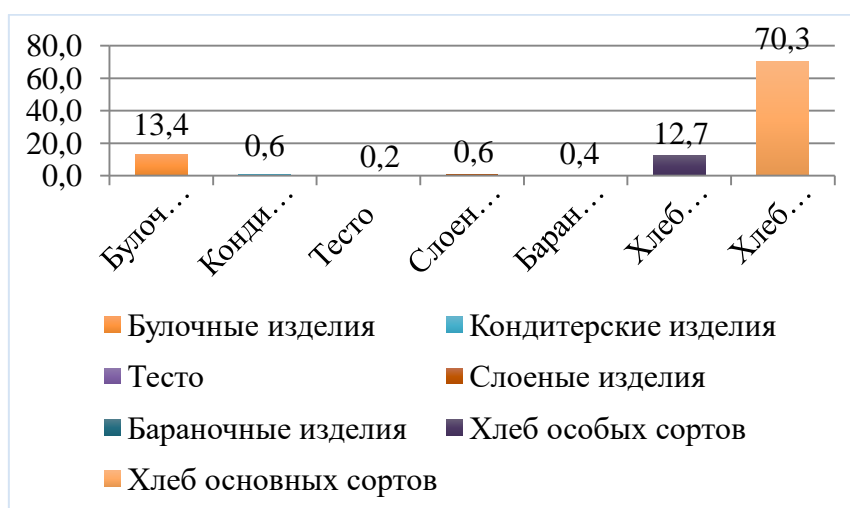


Рисунок 2. Структура фактической отгрузки товаров в 2021 году, %.

Как видно по рисунку 2, наибольшую долю в структуре отгрузки товаров предприятия занимает хлеб основных сортов - более 70%, далее следуют булочные изделия (13,3%) и хлеб особых сортов (12,7%).

Рассмотрим также структуру фактической выручки на рисунке 3.

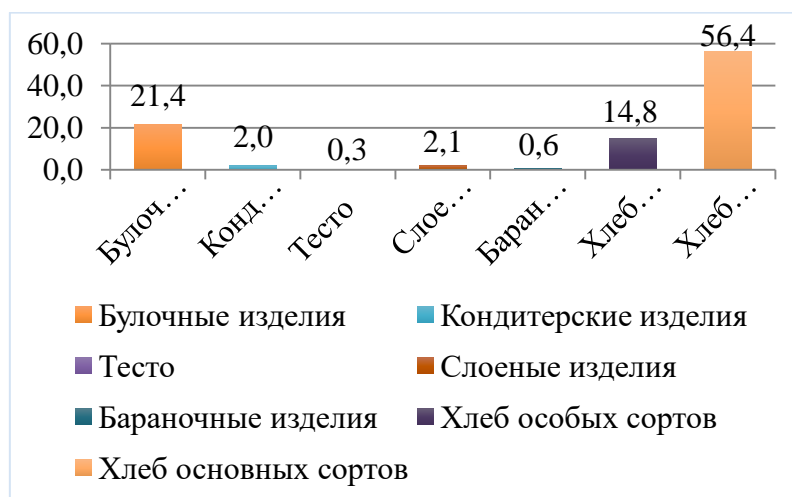


Рисунок 3. Структура фактической выручки в 2021 году, %.

Как видно по рисунку 3, наибольшую долю в структуре выручки также занимает хлеб основных сортов, что составляет 56,4%, затем идут булочные изделия (21,4%) и хлеб особых сортов (14,8%), что отражает современные тенденции на рынке хлебобулочных изделий.

Таким образом, современный рынок хлеба и хлебобулочных изделий диктует жесткие требования производителю. Для того чтобы быть успешным на рынке, недостаточно производить только массовые сорта хлеба и хлебобулочных изделий, необходимо выпускать широкий ассортимент продукции, уделять особое внимание качеству, а также учитывать специфику и привычки потребителей.

\*\*\*

1. Российский союз пекарей и кондитеров/ Режим доступа:URL: <http://www.breadbusiness.ru> (дата обращения 20.09.2023)
2. Федеральная служба государственной статистики / Режим доступа:URL:<http://www.gks.ru> (дата обращения 20.09.2023)
3. АО «Сибирский хлеб» / Режим доступа:URL:<http://www.sibhleba.ru>(дата обращения 20.09.2023)
4. Федеральная налоговая служба/ Режим доступа:URL: <http://www.nalog.ru>(дата обращения 20.09.2023)
5. Алексеенкова Е. Больше хлеба: тренды хлебной отрасли//Пищевая индустрия.- 2021.- №1 (45).- С.26-28
6. Юсубова Е. Потребление в эпоху перемен //Сфера: кондитерская и хлебопекарная промышленность.- № 1 (93) 2023.- С.14-1

Лузин К.А.

### Современный механизм и критерии оценки бюджетных расходов

Уральский Институт Управления  
(Россия, Екатеринбург)

doi: 10.18411/trnio-10-2023-87

#### Аннотация

В научной статье проведен анализ методики, по критериям которой проводится оценка эффективности бюджетных расходов в практике бюджета России. Актуальность исследования связана с влиянием эффективности бюджетных расходов на обеспечение тенденций социально-экономического развития государства. В случае неэффективного использования бюджетных средств происходят проблемы социально-экономического характера, выступающие результатом отсталости общественного сектора. В работе рассмотрены основные подходы и экономические модели оценки эффективности расходов бюджетных средств. Для оценки эффективности бюджетных расходов государственного бюджета России проведен анализ динамики структуры бюджетных расходов.

**Ключевые слова:** бюджетные расходы, оценка бюджетных расходов, эффективность бюджетных расходов, механизм оценки, критерии оценки.

### Abstract

The scientific article analyzes the methodology, according to the criteria of which the effectiveness of budget expenditures in the practice of the Russian budget is assessed. The relevance of the study is related to the influence of the effectiveness of budget expenditures on ensuring the trends in the socio-economic development of the state. In the case of ineffective use of budget funds, problems of a socio-economic nature occur, which are the result of the backwardness of the public sector. The paper examines the main approaches and economic models for assessing the effectiveness of budget expenditures. To assess the effectiveness of budget expenditures of the Russian state budget, an analysis of the dynamics of the structure of budget expenditures was carried out.

**Keywords:** budget expenditures; assessment of budget expenditures; efficiency of budget expenditures; evaluation mechanism; criteria for evaluation.

Эффективное и устойчивое функционирование государства, а также обеспечения его социально-экономического развития, позволяющее формировать тенденцию роста качества жизни населения, невозможно без управления бюджетной системы. В ее основе находится государственный бюджет, аккумулированные средства (доходы) которого используются в целях реализации национальных интересов и решения стратегически важных задач (расходы) [3].

Исходя из этого, экономическая категория «бюджетные расходы» является важнейшим компонентом всех уровней бюджетной системы государства, базируясь на единых методологических основах, нормативах обеспеченности и принципах осуществления затрат в рамках оказания государственных услуг населению и обществу [4].

Чтобы бюджетная политика государства была эффективной, необходимо объективное управление и рациональное использование бюджетных средств при их расходовании на реализацию государственной политики по реализации национальных интересов. Оценка бюджетных расходов является одной из наиболее актуальных проблематик системы государственного управления, ведь от эффективности использования бюджетных средств зависит в целом степень национальной безопасности государства [1].

Организация механизма оценки бюджетных расходов может иметь различные подходы. Так, наиболее распространенным методом является оценка эффективности использования бюджетных расходов по каждой статье расходов в отдельных сферах государственного направления. Например, это оценка бюджетных расходов в сфере культуры или национальной экономики.

Также оценка бюджетных расходов может проводиться при помощи метода анализа эффективности использования средств бюджета по реализации той или иной государственной/региональной программы/проекта. Помимо этого, оценка бюджетных расходов может проводиться на уровне отдельных учреждений бюджетной системы, хозяйственная деятельность которых обеспечивается за счет средств бюджета.

Оценка бюджетных расходов в России, как правило, включает в себя механизм оценки эффективности расходов федерального бюджета, где используется следующая экономическая модель:

$$E = \frac{Рез}{Рб}$$

Где E – эффективность бюджетных расходов,

Рез – результаты, достигнуты при использовании бюджетных средств,

Рб – расходы бюджета.

Исходя из данной экономической модели становится ясным, то ключевыми критериями оценки бюджетных расходов являются сами расходы бюджета, а также целевые показатели в

сферах государственного управления и общественной жизни, которые выступают достигнутыми результатами от распределения бюджетных средств.

Другим механизмом оценки бюджетных расходов является экономическая модель анализа исполнения бюджета по расходам, где применяется следующая формула:

$$E = \left( \frac{\text{ФИ}}{\text{ПБА}} \right) * 100$$

Где ФИ – фактическое исполнение расходов бюджета;

ПБА – плановые бюджетные ассигнования.

При оценке эффективности бюджетных расходов могут применяться мероприятия двух направлений:

1. Максимизация результатов, которые достигаются государством от использования бюджетных средств бюджета.
2. Оптимизация бюджетных расходов бюджета с целью их минимизации.

С целью оценки эффективности бюджетных расходов государственного бюджета России необходимо проанализировать динамику структуры бюджетных расходов (см. рис. 1). Ввиду регуляторных ограничений Правительства статистика по статьям бюджетных расходов продемонстрирована на период до 2021 года.

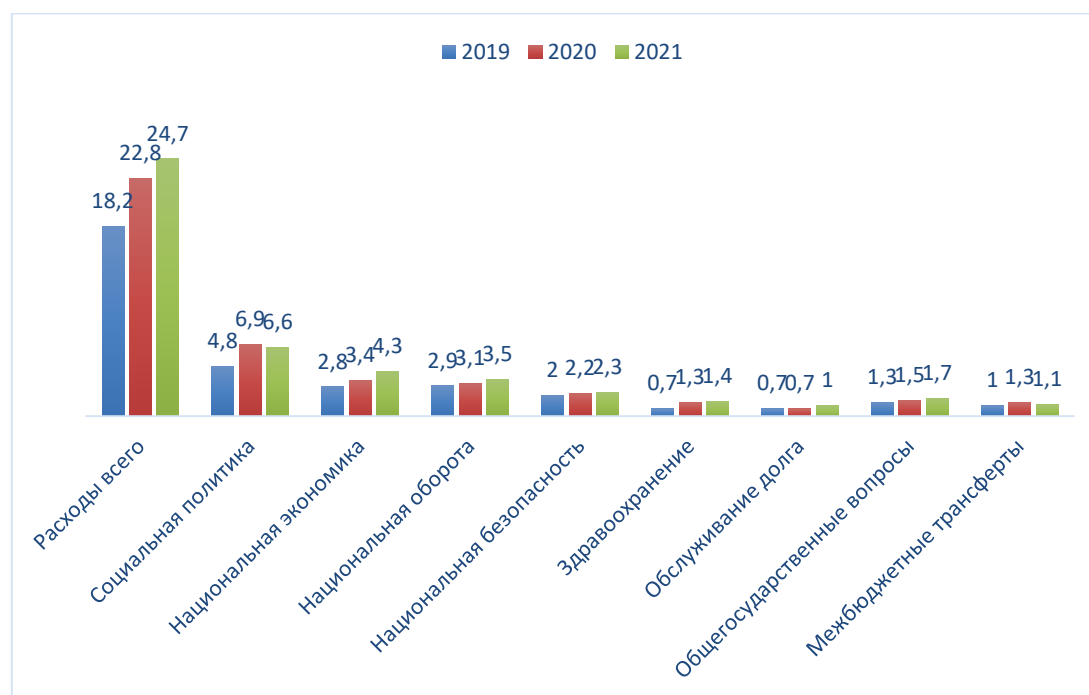


Рисунок 1. Динамика и структура расходов федерального бюджета РФ за период 2019–2021 гг., в трлн руб. [2].

Федеральный бюджет России в 2021 г. оказался максимальным в части исполнения расходов. Вместо запланированных 21,52 трлн руб. исполнение составило рекордные 25,407 трлн руб.

Основной статьей бюджетных расходов оказалась социальная политика с объемом исполнения в 6,698 трлн руб. В ее структуре основными статьями расходов оказались пенсионные начисления (3,52 трлн руб.), социальное обеспечение граждан (1,854 трлн руб.) и охрана семьи и детства (1,244 трлн руб.). Именно социальное обеспечение населения оказалось наиболее быстрорастущей статьей расходов. Переисполнение составило 144,4%.

На втором месте по исполнению расходов бюджета России оказалась национальная экономика. Вместо запланированных 3,256 трлн руб. исполнение составило 4,448 трлн руб. Переисполнение оказалось на 133,8%. Среди основных статей расходов – дорожное хозяйство, на которое было выделено 1,190 трлн руб. бюджетного финансирования. На транспортный комплекс России были потрачены 546 млрд руб., а на сельское хозяйство – 317 млрд руб.

Следующим важным направлением расходов бюджета в 2021 г. оказалась национальная оборона с исполнением в 3,701 трлн руб. Переисполнение составило 114,7%. Основной статье расходов бюджета России оказались вооруженные силы (2,694 трлн руб.).

Снижение расходов бюджета наблюдались по таким бюджетным статьям в 2021 г., как обслуживание государственного (муниципального) долга (исполнение на 90,1% в объеме 1,085 трлн руб.), национальная безопасность и правоохранительная деятельность (исполнение на 95,2% в объеме 2,374 трлн руб.) и сфера образования (исполнение на 96,5% в объеме 1,105 трлн руб.).

В целом же бюджетные расходы федерального бюджета России в 2021 г. выросли на 1,94 трлн руб. в сравнении с 2020 г. и на 6,547 трлн руб. в сравнении с 2019 г.

Таким образом, оценка бюджетных расходов может проводиться при помощи использования понятных механизмов и критериев, которые позволяют проанализировать эффективность использования и управления средствами бюджета в достижении поставленных целей, реализации национальных интересов и обеспечения социально-экономического развития

\*\*\*

1. Кохан А.Н. Исследование формирования и использования доходов и расходов бюджетов регионов / Сборник статей по итогам Всероссийской научно - практической конференции. Тюмень. Стерлитамак: АМИ, 2021. С. 43–48.
2. Статистика федерального бюджета // Минфин РФ. URL: [https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/execute?id\\_57=80041-kratkaya\\_ezhegodnaya\\_informatsiya\\_ob\\_ispolnenii\\_federalnogo\\_byudzhet\\_mlrd.\\_rub](https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/execute?id_57=80041-kratkaya_ezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzhet_mlrd._rub). (дата обращения: 22.09.2023).
3. Дынник Д.И., Брюханова Н.В., Русакова Н.В. Оценка эффективности бюджетных расходов в программно-целевом управлении региональным развитием // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2020. № 1 (116). С. 29–35.
4. Остапцова А.Н. Подходы к оценке эффективности бюджетных расходов // Студенческий вестник. 2022. № 11–4 (203). С. 47–50.

**Магомедова Н.М., Маколов А.А.**

### **К вопросу корректировки механизма формирования маршрутов доставки грузов с учетом современных условий**

*ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения  
(Россия, Ростов-на-Дону)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-88*

#### **Аннотация**

В статье анализируется механизм транспортировки грузов с учетом влияния факторов внешней среды. Рассмотрены основные и дополнительные критерии, определяющие эффективность процесса транспортировки грузов в текущих геополитических условиях. На основе исследования использования транспортных коридоров проанализированы изменения маршрутов товародвижения.

**Ключевые слова:** транспортная деятельность, груз, маршрут доставки, риск.

#### **Abstract**

The article analyzes the mechanism of cargo transportation taking into account the influence of environmental factors. The main and additional criteria determining the efficiency of the cargo transportation process in the current geopolitical conditions are considered. Based on the study of the use of transport corridors, changes in the routes of goods movement are analyzed.

**Keywords:** transport activity, cargo, delivery route, risk.

В настоящее время разработке оптимального процесса транспортировки грузов уделяется особое внимание, так как процессы, происходящие в экономике и общественной



жизни, оказывают сильное влияние на ведение внешнеэкономической коммерческой деятельности предприятий. Например, ряд геополитических изменений, а именно введение экономических санкций, прекращение деятельности иностранных предприятий на территории РФ и т.п. привели к необходимости внесения существенных изменений в процессы товародвижения, связанные с маршрутами транспортировки грузов, взаимодействия с поставщиками и ведения сбытовой деятельности. В результате чего механизм определения наилучшего варианта транспортировки потребовал включения новых дополнительных критериев оценки.

Механизм транспортировки груза в классическом виде базируется на выборе оптимальных основных критериев перевозки: вида перевозки груза, вида транспорта и маршрута доставки груза. Данные критерии устанавливаются в зависимости от необходимой скорости перевозки, ее стоимости и месторасположения пункта назначения груза. Так, например, если необходимо доставить груз с максимальной скоростью в труднодоступные районы Крайнего Севера, то целесообразно использование воздушного транспорта. Если же необходимо осуществить поставку груза в течение определенного периода времени на небольшое расстояние, то целесообразнее применение автомобильного транспорта.

Определение маршрута транспортировки груза зависит от используемого вида транспорта и вида перевозки. Так, например, если предполагается смешанная перевозка, предусматривающая использование морского и железнодорожного транспорта, то маршрут транспортировки груза будет предполагать использование морского пути и его перегрузку в порту на железнодорожный состав.

При этом отдельной актуальностью обладает вопрос определения морского пути транспортировки с учетом текущих геополитических условий. В связи с событиями, происходящими в последние годы процесс транспортировки грузов по классическому маршруту не является эффективным вследствие возникновения логистических рисков. В первую очередь следует отметить риск повреждения транспортного средства вследствие мигрирующих мин в Черном море. Далее следует отметить вероятную реализацию риска остановки процесса транспортировки вследствие регулярно образующихся заторов в Суэцком канале по причине необходимости ожидания устранения судна, севшего на мель. В 2004 году танкер «*Tropic Brilliance*» сел на мель, аналогичная причина остановки в марте 2021 года контейнеровоза «*Even Given*» привела к блокировке движения в течение нескольких дней. В марте 2023 года сухогруз «*Xin Hai Tong*» также сел на мель в Суэцком канале в районе города Суэц.

В качестве дополнительного критерия в данном случае выступает параметр, характеризующий степень опасности маршрута и определяемый как доля маршрута, пролегающего по территории РФ или территории «дружественных стран». По данному критерию оптимальным маршрутом в настоящее время, на наш взгляд, является осуществление процесса транспортировки грузов по международному транспортному коридору «Север-Юг». Необходимо отметить, что в течение последних лет фиксируется развитие данного транспортного направления. В частности, реализуется проект по увеличению пропускной и провозной способности в направлении «Запад-Восток» с целью наращивания транзитного контейнеропотока в 4 раза и обеспечения срока доставки в 7 суток в соответствии с утвержденным в 2018 г. Комплексным планом по модернизации и расширению магистральной инфраструктуры на период до 2024 г. [1, 2, 5].

Как отмечают эксперты главным недостатком международного транспортного коридора «Север-Юг» является то, что железные дороги не могут принять большие составы, так как качество железнодорожной инфраструктуры: станции и железнодорожные терминалы в недостаточной степени соответствует современным требованиям по перевозке грузов железнодорожным транспортом. При анализе оснащенности транспортного коридора «Север-Юг» была зафиксирована тенденция медленного развития транспортно-логистической инфраструктуры отдельных стран, по которым пролегает данный транспортный коридор. Для устранения данной ситуации Ирану были выделены денежные средства в размере: 500 млн.



долларов со стороны Азербайджана и Минтранс РФ 1,5 млрд. долларов на достройку железнодорожной ветки «Решт-Астара» [4].

Также максимально эффективным транспортным коридором является коридор «Северный морской путь», обеспечивающий перемещение грузов по траектории гораздо меньшей нежели траектория перевозки грузов, используемая в прошлые годы. Например, процесс транспортировки нефти из Мурманска в Японию по транспортному коридору, проходящему через Суэцкий канал составляет 12291 миль или 37 дней, а по транспортному коридору «Северный морской путь» 6010 миль или 18 дней. Доставка грузов из стран ЕС в порты Азии через Суэцкий канал – 10600 миль или 33 дня, через «Северный морской путь» – 7610 миль или 23 дня.

Транспортный коридор «Северный морской путь» обеспечивает процесс перемещения груза по территориальным водам Российской Федерации, что в свою очередь минимизирует транспортные риски, причиной возникновения которых являются политические факторы.

Возможность использования данного транспортного коридора во многом определяется уровнем развития инфраструктуры, в котором помимо оценки состояния портовых мощностей необходимо учитывать наличие сопроводительной инфраструктуры, а именно, ледоколов. В настоящее время эксплуатируется 6 ледоколов и атомный контейнеровоз «Севморпуть». В перспективе к 2026 г. должны выйти в эксплуатацию еще 3 ледокола выпущенные «Балтийским заводом», на судостроительном предприятии Дальнего Востока к 2027 году должен быть введен в эксплуатацию атомный ледокол «Россия». В соответствии с проектом «Развитие Северного морского пути», являющимся составным элементом Комплексного плана по модернизации и расширению магистральной инфраструктуры на период до 2024 г. к 2024 г. величина грузопотока на международном транспортном коридоре «Северный морской путь» должна составлять 80 млн тонн в год, к 2030 г. – до 110 млн. тонн [3, 4].

Исследование изменения ключевых критериев транспортировки показало, что на выбор того или иного критерия сильное влияние оказывают факторы внешнего окружения. В частности, влияют природные, геополитические, экономические, технические, экологические и социальные факторы.

На рисунке отражено относительное изменение грузооборота морских портов РФ по бассейнам. Можно отметить увеличение грузооборота по Дальневосточному бассейну, по которому проходит маршрут транспортного коридора «Северный морской путь» и Каспийскому бассейну через порты которого проходят ветки международного транспортного коридора «Север-Юг».

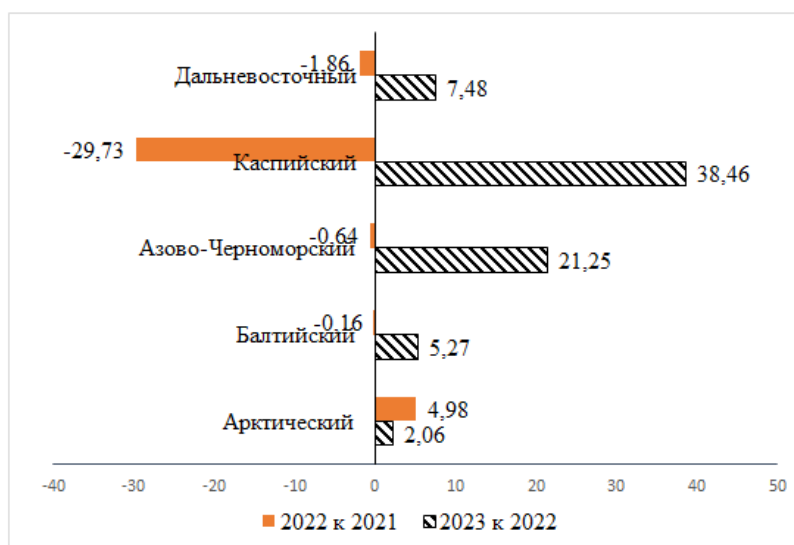


Рисунок 1. Изменение грузооборота морских портов РФ по бассейнам, % (Составлено авторами по данным Ассоциации морских торговых портов России).

Сущность механизма транспортировки грузов формируется впоследствии принятия ряда управленческих решений в сфере товародвижения и в современных условиях выступает как своеобразный синергетический результат взаимодействия с одной стороны применяемых методов принятия управленческих решений, а с другой стороны факторов внешней среды. В связи с чем, помимо традиционных критериев, анализируемых при выборе варианта транспортировки груза, таких как логистические издержки и экономическая эффективность, необходимо принимать во внимание ряд дополнительных критериев, определяющих отдельные аспекты процесса транспортировки. К таким дополнительным критериям относятся: оценка маршрута доставки груза с учетом изменения геополитического фактора и экологическая чистота транспортного процесса.

\*\*\*

1. Коренькина Н.Н. Информационный аспект взаимодействия в оптимизации работы транспортного узла / Н.Н. Коренькина, Н.М. Магомедова В сборнике: Транспорт: наука, образование, производство (Транспорт-2021). сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2021. С. 176-179.
2. Куренков П.В. Развитие комплексных транспортно-логистических услуг в обеспечении контейнерных перевозок на Юге России / П.В. Куренков, И.А. Солоп, Е.А. Чеботарева, А.П. Иванов // Вестник транспорта Поволжья. – 2022. – № 3(93). – С.46-55.
3. Маколова Л.В. Прогнозирование логистических рисков в цепях поставок на основе моделирования процессов / Л.В. Маколова, О.И. Вережкина // Транспорт Азиатско-Тихоокеанского региона. 2022. –№ 4 (33). – С. 41-47.
4. Маколова Л.В. Некоторые аспекты проблемы инфраструктурного обеспечения функционирования международных транспортных коридоров / Л.В. Маколова, М.Б. Пашинскова В сборнике: Сборник научных трудов «Транспорт: наука, образование, производство». труды Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2023. С. 234-237.
5. Modern approaches to improve the customer service system in the transportation process / Magomedova N., Korenyakina N. В сборнике: International Scientific Siberian Transport Forum TransSiberia - 2021. Switzerland, 2022. С. 1527-1535.

**Мельчекова О.Г.**

**Управление инновационной деятельностью на предприятии: кадровый аспект**

*Уральский государственный экономический университет  
(Россия, Екатеринбург)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-89*

#### **Аннотация**

Показаны роль и значение кадров управления в обеспечении эффективности инновационной деятельности в условиях действующих экономических систем (предприятий и организаций). Обозначена актуальность и указаны направления совершенствования процессов подготовки инновационно-ориентированных управленческих кадров для управления современными экономическими системами.

**Ключевые слова:** экономические системы, менеджмент, инновационная деятельность, кадры управления.

#### **Abstract**

The role and importance of management personnel in ensuring the effectiveness of innovation activity in the conditions of existing economic systems (enterprises and organizations) are shown. The relevance is indicated and the directions of improving the processes of training innovation-oriented managerial personnel for managing modern economic systems are indicated.

**Keywords:** economic systems, management, innovation activity, management personnel.

Достижение целей ускорения темпов научно-технического развития действующих экономических систем (предприятий и организаций), выступая решающим фактором

обеспечения роста эффективности их производств, в значительной мере повышает актуальность осуществления инновационной деятельности на предприятиях и в организациях, объективно усиливая значение поиска и практического применения эффективных инструментов управления инновационными процессами как составной части комплексного механизма функционирования экономических систем.

Постановка указанных задач обусловлена объективными причинами: а именно, - появлением новых вызовов научно-технического прогресса в сфере производства и управления, кардинально изменяющих условия деятельности предприятий и организаций на современном этапе развития, и, прежде всего, - увеличением масштабов, сложности и объемов научно-технических работ, осуществляемых непосредственно в рамках действующих промышленных объектов; сокращением сроков жизненного цикла производимых продуктов и услуг вследствие ускорения темпов их морального износа или усиления конкурентной борьбы на большинстве рынков сбыта; повышением уровня требований к качеству выпускаемой продукции и срокам ее изготовления. Как следствие, содержание указанных задач формирует насущную потребность внедрения различного рода инноваций во все сферы производства и управления действующих экономических систем, в том числе - определяя необходимость поиска новых подходов к управлению инновационной деятельностью на предприятиях и в организациях в соответствии с общими целями и условиями их функционирования.

Актуальность проблемы совершенствования управления инновационной деятельностью на предприятиях и в организациях на современном этапе в значительной мере определяется сущностью инноваций в обеспечении эффективности их деятельности в условиях ускорения темпов научно-технического и технологического развития. По мнению Й. Шумпетера, «с помощью нововведений предприятие может использовать новые конкурентные приемы, отличные от прежних ценовых форм конкуренции... Инновация — это новая комбинация производственных факторов, мотивированная предпринимательским духом» [8]. Данное обстоятельство открывает дополнительные возможности, — как для повышения в целом эффективности функционирования и развития экономических систем, так и (в случае - необходимости) для успешного вывода их из кризисных ситуаций, — обусловленные не изменением объемов или масштабов выпуска продукции, снижением затрат на производство или ростом цен на выпускаемую продукцию, а предоставляемые изменениями в производственных, экономических или управленческих процессах на действующих предприятиях и в организациях за счет повышения их инновационной активности, внедрения различного рода новшеств и инноваций, способствующих успешному достижению конечных результатов их функционирования. Инновационная активность при этом понимается как «интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствованных продуктов в хозяйственный оборот» [6, с.51].

Однако следует учитывать то обстоятельство, что в условиях действующего производства «инновационный процесс как объект управления значительно более сложен, нежели «рутинная» производственная деятельность» [6, с.13]. Как показывают исследования, внедрение новшеств в условиях действующего производства (новых изделий, технических или технологических новинок, организационных или управленческих нововведений и др.) может сопровождаться появлением критических ситуаций или непредвиденных сбоев в работе [2]. Возникновение проблем подобного вида обусловлено в значительной степени тем, что в реальных условиях производства возможно отсутствие сочетания процессов внедрения новшеств, - как правило, связанных с риском и неопределенностью достижения необходимых результатов, - с текущей деятельностью предприятий и организаций, требующей стабильных и устойчивых условий работы для выполнения плановых производственных показателей. Таким образом, проявляется противоречие между исполнением экономическими системами их производственно-хозяйственных функций, реализация которых требует планомерности, стабильности и устойчивости, и необходимостью осуществления инновационной деятельности, по сути своей представляющей непрерывное преобразование технико-технологических основ

производства, организации труда и управления и характеризующейся повышенной динамикой и изменчивостью; неопределенностью объемов требуемых ресурсов и затрат; неопределенностью сроков полного внедрения новшест; необходимостью освоения новых знаний и умений; необходимостью подготовки соответствующих кадров и т.п., что может негативно повлиять на общие результаты работы предприятий и организаций, снижая их заинтересованность в осуществлении научно-технических мероприятий в конкретный период времени.

Указанные обстоятельства предопределяют необходимость поиска и применения механизма управления экономическими системами, способного обеспечить эффективное выполнение работ по внедрению инноваций в действующее производство в процессе выпуска запланированной продукции на основе рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятий и организаций.

Среди факторов совершенствования механизмов управления инновационным развитием предприятий и организаций в современных условиях, как показывают исследования [2], является наличие штата высококвалифицированных управленческих кадров, обладающих необходимой профессиональной подготовкой и особыми личностными качествами, позволяющими им приспосабливаться к переменам в целях и условиях работы, эффективно решать задачи инновационного развития предприятия в заданных параметрах и на требуемом уровне. Современный аппарат управления - это руководители, «которые должны ясно представлять миссию и цели организации, определять стратегию и тактику руководства, структурировать организационные процессы, организовывать деятельность персонала, направляя все усилия на достижение общих целей организации» [5, С.3].

Значение данного фактора многократно возрастает в процессе управления инновационной деятельностью в рамках действующих предприятий и организаций. «Инновационный менеджер достигает цели посредством развития внутренних противоречий организации» [1, с.25]. Сущность противоречий, свойственных процессам внедрения инноваций в условиях действующих производств, предопределяет характер требований к уровню профессиональной компетентности и определяет содержание необходимых квалификационных свойств управленческих кадров в сфере управления инновационным развитием: они должны обладать научно-техническими, экономическими и управленческими знаниями; владеть навыками как «традиционных» менеджеров, так и опытом инженеров, технологов, экономистов, социологов; быть специалистами высокого уровня подготовки, способными оценить многоаспектные последствия внедрения рекомендуемых к практическому применению новшест, определить уровень технической, технологической, организационной, социально-психологической и экономической эффективности проводимых научно-технических мероприятий. а также определить их приемлемость для достижения эффективной работы предприятий и организаций в целом; уметь принимать все более усложняющиеся управленческие решения и нести за них персональную ответственность [1,3,6].

Среди подобного вида знаний и умений можно особо отметить: способность специалистов-менеджеров профессионально ориентироваться в динамично меняющихся экономических и технико-технологических условиях работы предприятий; их умение выбирать оптимальные варианты действий из множества возможных альтернатив; своевременно принимать обоснованные управленческие решения и последовательно и в полном объеме их осуществлять. В условиях достижения целей инновационного развития для специалистов-менеджеров также крайне важны следующие их качества: способность доводить начатое дело до логического завершения; знания основ социальной психологии, позволяющие мотивировать исполнителей работ к выполнению решений по изменению сложившихся условий и принципов работы, новым правилам деятельности и т.п. В решении подобного вида задач, вероятно, не следует стремиться к всесторонней регламентации деятельности сотрудников, сдерживанию их творческого подхода к выполнению решаемых задач; следует проявлять готовность к поддержке исполнителей-новаторов, уметь создавать атмосферу для проявления инициативы каждого работника.

Вместе с тем, как показывают исследования, количество претендентов на роль управленцев в сфере инновационного менеджмента может быть достаточно ограничено [3, 4, 7].

Данный факт предопределяет потребность профессиональной подготовки и профессиональной ориентации управленческих кадров для развития навыков в принятии и реализации управленческих решений по инновационному развитию производства. Исходя из насущной необходимости формирования инновационной экономической системы в современных условиях, подготовка менеджеров по данному направлению, на наш взгляд, должна осуществляться на основе модели российского менеджмента с учетом имеющегося положительного мирового опыта управления.

Современные вызовы в сфере профессиональной подготовки инновационно-ориентированных управленческих кадров, возможно, обуславливают необходимость проведения следующих действий:

- изучение, анализ, обобщение и классификация теоретического и практического опыта инновационного менеджмента в условиях действующих предприятий и организаций в различных видах производства;
- разработка модели профессионально-личностных характеристик кадров управления в сфере инновационного менеджмента на основе выявления специфики их работы, типологии решаемых задач и структуризации профессиональных компетенций с учетом современных условий и факторов их деятельности;
- изучение, анализ и учет особенностей российского опыта управления инновационной деятельностью;
- выявление возможностей интеграции отечественного и зарубежного опыта инновационного менеджмента;
- разработка организационно-методических основ образовательных процессов подготовки и переподготовки управленческих кадров в целях их своевременной профессиональной ориентации и развития новаторских способностей и навыков управления инновационной деятельностью в соответствии с современными требованиями социально-экономического развития.

\*\*\*

1. Исмагилова Г.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие/ Г.В. Исмагилова, О.Г. Щемерова, Н.Р. Кельчевская. - Екатеринбург: УрФУ, 2012г. - 175 с.
2. Мельчекова О.Г. Внедрение инноваций в условиях действующих предприятий и организаций: особенности и проблемы реализации// Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 6-2 (100). С.67-70.
3. Мельчекова О.Г. Подготовка управленческих кадров: реалии и проблемы образовательной среды// В сборнике: Российская общественно-гуманитарная наук перед вызовами современности. Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. Под редакцией В.С. Слободниковой, И.В. Сусллова. 2019. С. 341-347.
4. Мельчекова О.Г. Проблемы подготовки инновационно- ориентированных управленческих кадров// В сборнике: Интеграция науки, образования и производства – стратегия развития инновационной экономики. Материалы I Международной научно-практической конференции. Комитет по науке и наукоемким технологиям Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. Екатеринбург. 25-26 января 2011. Екатеринбург. Изд-во Урал. гос.экон. ун-та. 2011. С. 120-125.
5. Мельчекова О.Г. Теория и практика менеджмента организации: учеб. пособие / Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. Ун-та, 2016. - 140с.
6. Степанова И.П. Инновационный менеджмент: курс лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» («Менеджмент организации» /Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».-Саратов, 2014. - 124с.
7. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов, 6-е изд., - Спб.: Питер, 2011.- 448с.
8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М: Прогресс, 1982. - 455с.

Миненко А.В., Селиверстов М.В.

**Оценка исполнения программных мероприятий по комплексному развитию сельских территорий в Приморском крае**

ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет  
(Россия, Барнаул)

doi: 10.18411/trnio-10-2023-90

**Аннотация**

В статье проведена оценка исполнения программных мероприятий по комплексному развитию сельских территорий Приморского края. Исследована реализация подпрограммы «Комплексное развитие сельских территорий» в Приморском крае. В частности, отмечено содействие проводимых мероприятий увеличению производства сельскохозяйственной продукции, определены регионы-лидеры в производстве продукции данной группы. Отмечена работа по формированию участников программ содействия развитию сельских поселений, в частности определен список участников получателей социальных выплат направленных на улучшение жилищных условий, определен порядок и условия субсидирования. Приведена оценка работы по благоустройству сельских территорий, проанализированы факторы влияющие на реализацию программы.

**Ключевые слова:** сельские территории, комплексное развитие, продукция, субсидирование, жилищные условия, благоустройство.

**Abstract**

The article assesses the implementation of program measures for the integrated development of rural areas of the Primorsky Territory. The implementation of the subprogram “Integrated development of rural areas” in the Primorsky Territory was studied. In particular, the assistance of ongoing measures to increase the production of agricultural products was noted, and the leading regions in the production of products of this group were identified. Work was noted on the formation of participants in programs to promote the development of rural settlements, in particular, a list of participants in recipients of social payments aimed at improving housing conditions was determined, the procedure and conditions for subsidies were determined. An assessment of the work on improvement of rural areas is given, factors influencing the implementation of the program are analyzed.

**Keywords:** rural areas, integrated development, products, subsidies, housing conditions, improvement.

Реализация инновационных программ развития Дальнего Востока России содействовала тому, что производство сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий Дальневосточного федерального округа в фактически действовавших ценах увеличилось с 63771 млн руб. в 2005 г. до 207303,1 млн руб. по состоянию на 2020 г. В числе регионов-лидеров определяется Амурская область с долей участия в производстве продукции 23,28%, Приморский край - 21,45%, Республика Саха (Якутия) - 12,64% и Забайкальский край - 10,83%. Доля участия остальных регионов в производстве продукции сельского хозяйства округа менее 10% [1; 2; 3].

В соответствии с Федеральным законом от 06.12.2021 № 390-ФЗ «О федеральном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» в целях реализации мероприятий Государственной программы между Министерством сельского хозяйства Российской Федерации и Правительством Приморского края заключены Соглашения «О предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджету субъекта Российской Федерации, заключаемое между Министерством сельского хозяйства Российской Федерации и высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации» о предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджету Приморского края в 2022 году [4].

На заседании межведомственной комиссии по формированию сводных списков участников мероприятий - получателей социальной выплаты по улучшению жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности (далее – комиссия) 18.05.2022 утвержден сводный список участников мероприятий – получателей социальной выплаты на 2022 год. В соответствии с выделенным размером субсидий на предоставление социальных выплат в 2022 году утвержден список получателей на 2022 год в количестве двух человек.

Также в соответствии с заключенным с Министерством сельского хозяйства Российской Федерации Дополнительным соглашением от 12.12.2022 №082-09-202-306/4 к Соглашению о предоставлении субсидии за счет средств федерального бюджета, бюджету Приморского края выделены дополнительные средства на улучшение жилищных условий граждан, проживающих на сельской территории в 2022 году. На заседании комиссии от 19.12.2022 было принято решение, что в соответствии с дополнительно выделенными денежными средствами в 2022 году предоставить субсидию 4 получателям [5].

По итогам 2023 года просубсидировано строительство 207 кв.м. жилья. Сумма выплат из федерального бюджета составила 17 944,08 тыс. рублей, в том числе из средств федерального бюджета – 17 585,2 тыс. рублей и из средств краевого бюджета- 358,88 тыс. рублей [6].

Проведен конкурсный отбор и перечислены субсидии по четырем муниципальным образованиям Приморского края на реализацию мероприятий по 4 проектам благоустройства сельских территорий в сумме 5 166,65 тыс. рублей, в том числе за счет средств федерального бюджета 5 063,31 тыс. рублей и из средств краевого бюджета – 103,33 тыс. рублей [4; 6; 7]:

- 1) Краснояровское сельское поселение Пожарского муниципального района. Направление проекта - создание и обустройство зон отдыха, спортивных и детских игровых площадок, площадок для занятия адаптивной физической культурой и адаптивным спортом для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Вид работ: мероприятие по созданию и обустройству зоны отдыха по ул. М. Бесхмельницына. Размер субсидии после распределения 698,3 тыс. рублей. Проект реализован полностью, субсидия освоена в полном объеме;
- 2) Пожарский муниципальный район, пгт. Лучегорск. Направление проекта - обустройство площадок накопления твердых коммунальных отходов. Вид работ: Ремонт мест (площадок) накопления твердых коммунальных отходов на территории Лучегорского городского поселения. Проект реализован полностью, субсидия освоена в полном объеме. Размер субсидии - 1 160,5 тыс. рублей;
- 3) Партизанский муниципальный район, Сергеевское сельское поселение. Направление: создание и обустройство зон отдыха, спортивных и детских игровых площадок, площадок для занятия адаптивной физической культурой и адаптивным спортом для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Вид работ: Приобретение сценического комплекса с доставкой и монтажом в сквере семейного отдыха по ул. Украинская в с. Сергеевка. Проект реализован полностью, субсидия освоена в полном объеме. Размер субсидии - 1 754,2 тыс. рублей;
- 4) Находкинский городской округ, с. Анна. Направление: организация оформления фасадов (внешнего вида) зданий (административных зданий, объектов социальной сферы, объектов инфраструктуры и др.), находящихся в муниципальной собственности, а также установка (обустройство) ограждений, прилегающих к общественным территориям, газонных и тротуарных ограждений. Вид работ: Оформление фасада структурного подразделения «Клуб села Анна» МБУК «Ливадийский дом культуры». Проект реализован полностью, субсидия освоена в полном объеме. Размер субсидии - 1 553,6 тыс. рублей.



Обеспечение комплексного развития сельских территорий (строительство и реконструкция (модернизация), капитальный ремонт объектов государственных или муниципальных организаций культурно-досугового типа)»:

- 1) Строительство сельского дома культуры на 100 мест в пос. Западный: проведена смена главного распорядителя бюджетных средств, передача полномочий на уровень поселения в соответствии с постановлением Правительства Приморского края от 21.02.2022 № 87-пп. Контракт заключен 27.04.2022г. Наблюдается отставание от графика, это связано с процессом согласования грунтов и объемов. Подрядчик приступил к фундаменту. Планируется прохождение дополнительной экспертизы проектной и сметной документации в связи с изменением стоимости строительных материалов и внесение изменений в проектные решения. Окончание строительных работ в 2023 г.
- 2) Капитальный ремонт клуба с. Ясное: МКУК «Централизованная система культурно-досуговых учреждений» Артемовского городского округа 03.02.2022 размещено извещение № 0820600001422000001 о проведении электронного аукциона на сумму 2,7 млн. рублей. По итогам торгов определен победитель ООО «Авангард», цена контракта (№ 03-2022 от 25.02.2022) составила 1,8 млн. рублей. Сроки выполнения работ 01.04.2022 г. – 01.07.2022 г. Запланированные работы по капитальному ремонту проведены полностью. Кассовое исполнение 100%, объект сдан в эксплуатацию.
- 3) Капитальный ремонт дома культуры с. Оленье (ремонт системы электроснабжения и внутреннего освещения). Запланированные работы по капитальному ремонту проведены полностью. Кассовое исполнение 100%, объект сдан в эксплуатацию.

Таким образом, на ход реализации подпрограммы «Комплексное развитие сельских территорий» в Приморском крае за последние годы в большей степени оказал отрицательное влияние ощутимый рост строительных материалов. Вместе с тем, имеются факторы, оказавшие положительное влияние на ход реализации государственной программы: дополнительное выделение объемов государственной поддержки за счет средств краевого бюджета; своевременное перераспределение ресурсов и предоставление дополнительных бюджетных средств на комплексное развитие сельских территорий.

\*\*\*

1. Глухоманова, А. А. Исследование современного состояния и развития продовольственного рынка Приморского края / А. А. Глухоманова, Е. Е. Журавлева // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 3(36). – С. 115-119. – DOI 10.26140/anie-2021-1003-0026. – EDN NLJTOT.
2. Волкова, Е. А. Оценка экономической эффективности сельскохозяйственного производства Дальнего Востока России / Е. А. Волкова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2022. – № 5(389). – С. 473-478. – DOI 10.55186/25876740\_2022\_65\_5\_473. – EDN BWJUPR.
3. Левченко, Т. А. Инвестиционная привлекательность регионов Дальнего Востока России: оценка и обеспечение / Т. А. Левченко // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2023. – Т. 12, № 1(42). – С. 63-66. – DOI 10.57145/27128482\_2023\_12\_01\_12. – EDN ITUOOQ.
4. Министерство сельского хозяйства Приморского края. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agrodv.ru/>, свободный – (дата обращения 11.09.2023).
5. Распоряжение Губернатора Приморского края от 25.05.2022 № 156-рг "О внесении изменений в распоряжение Губернатора Приморского края от 11 марта 2022 года № 54-рг "О создании оперативного штаба по обеспечению устойчивости экономики Приморского края в условиях санкций". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/2500202205260001>, свободный – (дата обращения 12.09.2023).
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://25.rosstat.gov.ru/statistic>, свободный – (дата обращения 11.09.2023).
7. Храмова, В. А. Статистический анализ социально-экономического развития Приморского края / В. А. Храмова // Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации : Сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции, Брянск, 07–08 апреля 2022 года. – Брянск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Брянский государственный инженерно-технологический университет", 2022. – С. 276-279. – EDN VXBEZF.

Миненко А.В., Селиверстов М.В.

**Оценка реализации мероприятий по государственной поддержке малых форм хозяйствования и сельскохозяйственной кооперации в Алтайском крае**

*ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет  
(Россия, Барнаул)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-91

**Аннотация**

В статье приведена оценка мероприятий проводимых в регионе в рамках государственной поддержки малых форм хозяйствования и сельскохозяйственной кооперации. Отмечено, что развитие этих направлений является приоритетными направлениями в развитии сельского хозяйства, как региона, так и Российской Федерации. Указана программа, в рамках которой осуществлялись эти мероприятия. Представлены меры поддержки малых форм хозяйствования, направленные на развитие приоритетных подотраслей АПК, а также указан объем государственной поддержки предприятий данной группы. Отмечена грантовая поддержка крестьянско-фермерских хозяйств на развитие семейных животноводческих ферм в регионе, а также поддержка сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Приведены результаты оказанной поддержки.

**Ключевые слова:** сельское хозяйство, малые формы хозяйствования, сельскохозяйственная потребкооперация, грантовая поддержка, субсидирование, направленность, результаты.

**Abstract**

The article provides an assessment of the activities carried out in the region within the framework of state support for small businesses and agricultural cooperation. It is noted that the development of these areas is a priority in the development of agriculture, both in the region and in the Russian Federation. The program within which these activities were carried out is indicated. Measures to support small businesses aimed at developing priority sub-sectors of the agro-industrial complex are presented, and the amount of state support for enterprises in this group is also indicated. Grant support for peasant farms for the development of family livestock farms in the region, as well as support for agricultural consumer cooperatives, was noted. The results of the support provided are presented.

**Keywords:** agriculture, small forms of farming, agricultural consumer cooperation, grant support, subsidies, focus, results.

Развитие сельскохозяйственной кооперации и малых форм хозяйствования определено одним из приоритетных направлений развития сельского хозяйства Российской Федерации [6; 7; 8], в том числе Алтайского края [3; 4]. В рамках государственной программы Алтайского края «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» [1] осуществляется реализация подпрограммы «Поддержка развития сельскохозяйственной кооперации и малых форм хозяйствования», целью которой является создание и развитие системы сельскохозяйственной кооперации и малых форм хозяйствования. Для достижения поставленной цели предусматривается оказание господдержки сельскохозяйственным потребительским кооперативам [4].

В 2022 году на поддержку КФХ и развитие сельскохозяйственной кооперации в Алтайском крае из федерального бюджета направлено 24,2 млн. рублей, из краевого бюджета – 0,2 млн. рублей (табл. 1).

Грантовая поддержка КФХ, включая ИП, в крае в 2012 – 2016 годах предоставлялась в рамках ВЦП «Развитие в Алтайском крае семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств» и ВЦП «Поддержка начинающих фермеров в Алтайском крае», сельскохозяйственных потребительских кооперативов (далее – СПоК) – в рамках ВЦП «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Алтайском крае».

Таблица 1

*Объем государственной поддержки малых форм хозяйствования  
края в 2012 - 2022 годах (млн. руб.) [5].*

Направления поддержки	2012 - 2018 гг.		2019 г.		2020 г.		2021 г.		2022 г.	
	ФБ	КБ	ФБ	КБ	ФБ	КБ	ФБ	КБ	ФБ	КБ
Предоставление грантов на развитие семейных ферм	278,70	69,90	36,10	2,70	29,10	0,30	20,00	0,20	20,00	0,20
Предоставление грантов на развитие материально-технической базы СПоК	91,70	21,20	23,30	1,70	24,80	0,30	20,00	0,20	4,20	0,04
<i>Итого</i>	<i>1671,20</i>	<i>302,90</i>	<i>136,20</i>	<i>14,00</i>	<i>130,30</i>	<i>2,40</i>	<i>40,00</i>	<i>1,20</i>	<i>24,20</i>	<i>0,20</i>

В 2022 году грантовые адресные ассигнования предоставлены трем малым формам хозяйствования общей суммой 24,4 млн. рублей (табл. 2).

Таблица 2

*Грантовая поддержка малых форм хозяйствования в Алтайском крае [5].*

Направления поддержки	2012 - 2018 г.		2019 г.		2020 г.		2021 г.		2022 г.	
	кол-во грантов (ед.)	сумма (млн. руб.)	кол-во грантов (ед.)	сумма (млн. руб.)	кол-во грантов (ед.)	сумма (млн. руб.)	кол-во грантов (ед.)	сумма (млн. руб.)	кол-во грантов (ед.)	сумма (млн. руб.)
Развитие начинающих фермеров	247,0	440,8	25,0	72,0	17,0	75,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Развитие семейных животноводческих ферм на базе КФХ	54,0	348,7	5,0	38,8	3,0	29,4	2,0	20,2	2,0	20,2
Развитие СПоК	9,0	112,9	2,0	25,0	1,0	25,0	1,0	20,2	1,0	4,2
<i>Итого</i>	<i>310,0</i>	<i>902,4</i>	<i>32,0</i>	<i>135,8</i>	<i>21,0</i>	<i>129,4</i>	<i>3,0</i>	<i>40,4</i>	<i>3,0</i>	<i>24,4</i>

С 2012 года начинающими фермерами получено 3,5 млрд. рублей выручки от реализации продукции, дополнительно создано 859 постоянных рабочих мест в сельской местности.

По состоянию на 01.01.2023 в хозяйствах грантополучателей начинающих фермеров содержится: 18,4 тыс. голов крупного рогатого скота, в том числе: 7,7 тыс. голов коров (из них – 5,1 тыс. голов молочного направления продуктивности, 2,6 тыс. голов мясного направления продуктивности), 7,5 тыс. голов овец и коз, 1,8 тыс. голов лошадей, 213 пчелосемей. За 2022 год хозяйствами начинающих фермеров произведено около 1,9 тыс. тонн скота и птицы на убой (в живом весе) (21,6 % от объёма, произведённого в КФХ и ИП края), 18,3 тыс. тонн молока (21,7 %).

Для развития малого агробизнеса и его инвестиционной активности с 2021 года в государственную программу «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» включен новый вид грантовой поддержки для субъектов МСП (кроме крестьянских (фермерских) хозяйств) на реализацию проектов «Агропрогресс», которые направлены на расширение производственной базы действующих сельскохозяйственных товаропроизводителей.

На развитие семейных ферм за 2012 – 2022 годы поддержка оказана 66 фермерским хозяйствам из 35 муниципальных районов Алтайского края на общую сумму 418,5 млн. рублей. С 2012 по 2022 годы грантополучателями приобретено 7,6 тыс. голов крупного рогатого скота, 111 единиц сельскохозяйственной техники и 226 единиц оборудования для ферм; произведена реконструкция животноводческих помещений на сумму 104,7 млн. рублей.

По состоянию на 01.01.2023 г. в хозяйствах грантополучателей содержится 20,3 тыс. голов крупного рогатого скота, в том числе: 8,7 тыс. голов коров (из них – около 6,7 тыс. голов молочного направления продуктивности, около 2,0 тыс. голов мясного направления

продуктивности). Поголовье крупного рогатого скота грантополучателей (начинающие фермеры и семейные фермы) от общей численности поголовья в КФХ и ИП составляет 48,9 %, коров – 49,7 % (рис. 1).

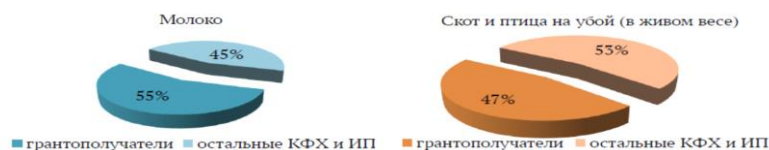


Рисунок 1. Доля грантополучателей в общем объёме произведенного в КФХ и ИП молока и скота и птицы на убой (в живом весе) в 2022 году [5].

Современные тенденции развития экономики привели к необходимости усиления социальной ориентации экономической политики и повышения социальной ответственности бизнеса, в большей степени в сельской местности. Важное место в развитии социальной направленности экономики занимает сельскохозяйственная потребительская кооперация [2]. В 2022 году грант на реализацию бизнес-проекта в размере 4,2 млн. рублей предоставлен сельскохозяйственному потребительскому сбытовому кооперативу «Агростарт» (Немецкий национальный район) [5].

В рамках мероприятия «Предоставление грантов на развитие материально-технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов» за 2015 – 2022 годы предоставлено 14 грантов сельскохозяйственным потребительским снабженческо-сбытовым кооперативам из 8 муниципальных районов края на общую сумму 187,3 млн. рублей [4].

Таким образом, развитие сельскохозяйственной кооперации и малых форм хозяйствования определено одним из приоритетных направлений развития сельского хозяйства Алтайского края, целью развития является создание и развитие системы сельскохозяйственной кооперации и малых форм хозяйствования. Для достижения поставленной цели в регионе систематически оказывается господдержка сельскохозяйственным потребительским кооперативам и другим субъектам малого предпринимательства в сельском хозяйстве, которые наращивают производственный потенциал и создают рабочие места.

\*\*\*

1. Государственная программа «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» (утв. постановлением Администрации Алтайского края от 05.10.2012 № 523; в ред. от 01.02.2023 № 54) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/453122723>, свободный – (дата обращения 18.09.2023).
2. Доклад о ходе и результатах реализации в 2022 году государственных про-грамм в сфере развития сельского хозяйства и сельских территорий Алтай-ского края / Министерство сельского хозяйства Алтайского края [Электрон-ный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.altagro22.ru/activity/analytics/doklad-o-khode-realizatsii-v-2022-g-gosudarstvennykh-programm-v-sfere-razvitiya-selskogo-khozyaystva/> (Дата об-ращения 20.09.2023).
3. Кудинова, М. Г. Развитие личных подсобных хозяйств как малых форм организации аграрного производства в Алтайском крае / М. Г. Кудинова, Н. А. Шевчук // Дневник науки. – 2023. – № 3(75). – EDN KFUNVO.
4. Министерство сельского хозяйства Алтайского края. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agrodv.ru/>, свободный – (дата обращения 18.09.2023).
5. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mex.gov.ru/>, свободный – (дата обращения 18.09.2023).
6. Перспективные направления развития сельскохозяйственной кооперации малых и средних форм хозяйствования : Аналитический обзор / А. П. Королькова, Н. А. Кузнецова, А. В. Ильина [и др.] ; Российский научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований по инженерно-техническому обеспечению агропромышленного комплекса. – Москва : Российский научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований по инженерно-техническому обеспечению агропромышленного комплекса, 2023. – 104 с. – ISBN 978-5-7367-1754-5. – EDN KDRNDL.
7. Сафронкина, Е. И. Социально-экономические аспекты развития малых форм хозяйствования в аграрной сфере общественного производства / Е. И. Сафронкина, Л. Г. Долматова // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2022. – Т. 15, № 3. – С. 188-196. – DOI 10.17213/2075-2067-2022-3-188-196. – EDN BGWKDN.
8. Современное состояние функционирования малых форм хозяйствования в сельском хозяйстве Российской Федерации / А. С. Сайганов, В. И. Калюк, Т. А. Запрудская [и др.] // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. – 2022. – № 50. – С. 240-250. – EDN XEPMGP.

**Орлова Л. В., Колесников П.С.**  
**Проблемы открытия и развития франшиз в России**

*ФГБОУ ВО «Ульяновский институт гражданской  
авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева»  
(Россия, Ульяновск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-92

**Аннотация**

Малый бизнес – это один из ключевых элементов рыночной экономики, без которого страна не может системно развиваться, и во многом определяет экономический рост государства. В начале своей карьеры предприниматель сталкивается с такими проблемами, как нехватка денежных средств, недостаток знаний об открытии и развитии предприятий, нехватка квалифицированного персонала для развития своего бизнеса. Франчайзинг (от франц. франшиза - это система отношений, которая заключается в передаче от одной стороны (крупной известной фирмы) другой стороне (компании или индивидуальному предпринимателю) своего бренда, фирменного стиля, бизнес-технологий и другой деловой информации. Главными преимуществами данной формы предпринимательской деятельности являются переработка бизнес-модели и поддержка франчайзера, что способствует организации стабильного бизнеса и получению дохода.

По формальным причинам франчайзинг существует в России уже девятнадцатый год. Первый российский концепт – «Дока-Пицца» и «Дока-Хлеб», проданный на российский рынок продуктовым гигантом «Баскин-Роббинс». На данный момент, по разным оценкам, на российском рынке работает около семисот концептов. Многие бизнесмены уже успели по достоинству оценить этот вид деятельности. Однако существуют проблемы, которые препятствуют развитию франчайзинга в России. Целью данной работы является выявление проблем развития франчайзинга в России.

**Ключевые слова:** франчайзинг, франчайзи, бизнес, капитал, фирма, инструмент, предприниматели, кредит, коммерческая.

**Abstract**

Small business is the most important element of the market economy, without which the state cannot develop harmoniously and largely determines the pace of economic growth, the structure and quality of the gross national product. In the process of carrying out activities, entrepreneurs face such difficulties as insufficient financial base, lack of knowledge in the field of business opening and development, lack of managerial personnel with deep and professional knowledge and able to work in a rapidly changing external environment. Franchising (from the French. franchise – privilege, privilege) is a system of relationships consisting in the paid transfer by one party (a large well-known firm) to another party (a firm or an individual entrepreneur) of its trademark, corporate identity, as well as business technology and other commercial information. The main advantages of this form of entrepreneurial activity are the processing of the business model and the support of the franchisor, which contribute to the organization of stable business and income.

According to formal signs, franchising has existed in Russia for the nineteenth year. The first Russian concept is "Dock Pizza". At the moment, according to various estimates, there are from six to eight hundred concepts operating on the domestic market. Many entrepreneurs have already appreciated this way of doing business. However, a number of difficulties can be identified that hinder the development of franchising in our country. The purpose of this work is to identify the problems of franchising development in Russia.

**Keywords:** franchising, franchisee, business, capital, firm, tool, entrepreneurs, credit, commercial.

Франчайзинг в России не получил широкого распространения, хотя потенциальные возможности внедрения его достаточно широки. Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в нашей стране можно классифицировать по причинам их возникновения.

**1. Экономические проблемы. Франчайзинг - экономический инструмент, и для его работы нужны соответствующие экономические предпосылки, которых в России либо нет, либо они находятся на ранней стадии формирования. К данным проблемам можно отнести:**

Колебание развития экономики России. Франчайзинговые схемы требуют стабильного развития, иными словами - предсказуемости;

Отсутствие у большинства предпринимателей - потенциальных франчайзи - необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему;

Проблемы с получением банковской денежной помощи для создания стартового капитала.

Важнейшей экономической проблемой российского франчайзинга становится отсутствие стабильности. Если вернуться к определению франчайзинга, то это в первую очередь система отношений, закрепленная опять-таки системой договоров. Естественно, что подобная система, к тому же объединяющая экономически независимых бизнесменов, становится инерционной.

Последнее десятилетие, в котором началось ускоренное развитие российского франчайзинга, отличается отсутствием стабильности в экономике, постоянными скачками в экономическом развитии страны, что приводит к таким же резким колебаниям спроса на все виды товаров, регулярными переделами собственности, что не может не задевать франчайзи. Попытка получить стартовый капитал в виде банковского кредита также сталкивается с рядом проблем: уровень доходности франчайзи, с учетом всех нужных платежей (роялти, отчисления в централизованный рекламный фонд и другие платежи), может привести к тому, что срок возврата кредита будет достаточно большим, а если учесть проценты, под которые банки выдают деньги, и вовсе невозможным; существующая правовая система еще больше затрудняет кредитование франчайзи.

## **2. Организационно-правовые проблемы**

В российских законах до сих пор отсутствует определение франчайзинга, а имеется лишь понятие «коммерческая концессия».

По сути франчайзинг – это система отношений, предполагающую достаточный уровень поддержки обладателем прав и отработанной системы бизнеса предпринимателя, получающего права использовать исключительные права обладателя и технологию ведения бизнеса. В соответствии же с Главой 54 ГК РФ вся система отношений сводится по договору только к передаче прав, что по существу уже не является франчайзингом. Также во многом развитие франчайзинга сдерживается 1034 статьей данного кодекса. В ней заложена субсидиарная ответственность франчайзера и франчайзи по отношению к третьим лицам.

Также, согласно статье 1037 ГК, если договор коммерческой концессии заключен без указания срока, существует возможность одной из сторон прекратить сотрудничество путём простого извещения не позднее, чем за полгода до предполагаемого расторжения договора. В мировой практике договор франчайзинга заключается обычно на длительный срок (до нескольких десятков лет). Предприниматель не может прекратить работать на основе заключенного договора, не понеся при этом значительных финансовых потерь. Но в связи с тем, что в условиях российской действительности, сложно осуществить долгосрочное прогнозирование, срок действия договора сокращается примерно до 3 лет.

Еще одной сложностью для в потенциальных российских франчайзи является получение банковского кредита на открытие предприятия по франшизе на льготных условиях. Подобные заявки большинство банков рассматривают на общих основаниях — в рамках своих программ по кредитованию малого бизнеса. Во многих странах наряду с низкими процентными ставками укоренено понимание того, что отработанная и эффективная бизнес-модель под известным брендом способна обеспечить стабильный бизнес и доходы, если франчайзи в



точности следует принятым стандартам. И банкиры идут навстречу, предлагая специальные, «льготные» программы.

### 3. Социально-психологические проблемы

Одной из главных социально-психологических проблем франчайзинга является часто встречающееся в нашей стране отсутствие запретов на использование чужой интеллектуальной собственности. Стандарты франчайзинговой системы довольно сложно защитить от копирования. На 90 % лояльных франчайзи обычно приходится 10 % тех, кто может сменить вывеску и продолжить работать, используя все наработки. И хотя в договоре коммерческой концессии обычно зафиксировано, что партнер не имеет права в течение определенного времени открывать заведения того же формата на том же месте, где он работал, ничто не мешает ему сменить вывеску после истечения срока действия договора. Этот недостаток также объясняется несовершенством закона «Об авторском праве и смежных правах».

В заключение необходимо отметить, что, конечно, существует целый ряд причин, тормозящих развитие франчайзинга в нашей стране, но, несмотря на все выявленные проблемы, он остается самым надежным вариантом организации бизнеса в рыночной системе. Статистические данные по развитию бизнеса в развитых странах показывают, что за пятилетний период более 85 % малых предприятий по тем или иным причинам заканчивают свое существование. А из компаний, работающих по системе франчайзинга, прекращают деятельность только 14 %. Обработанность бизнес-модели до мелочей способствует обеспечению стабильных доходов. И для начинающего бизнесмена это просто уникальная возможность построить преуспевающий бизнес.

\*\*\*

1. Бодина К.В. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 1. ;
2. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=11791> (дата обращения: 16.04.2023).

**Островецкая Ю.А.**

### Цифровизация деятельности органов исполнительной власти

*Уральский государственный экономический университет  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-93

#### Аннотация

В статье исследуются понятия «цифровизация», «цифровизация государственного управления», электронное взаимодействие граждан и организаций с органами государственной власти. Автором проанализированы проблемы цифровизации деятельности органов исполнительной власти в сфере работы с обращениями граждан и намечены перспективы дальнейшего развития в данной сфере.

**Ключевые слова:** цифровизация, государственное управление, обращения граждан, электронное взаимодействие.

#### Abstract

The article examines the concepts of «digitalization», «digitalization of public administration», electronic interaction of citizens and organizations with government bodies. The author analyzed the problems of digitalization of the activities of executive authorities in the field of working with citizens' appeals and outlined prospects for further development in this area.

**Keywords:** digitalization, public administration, citizens' appeals, electronic interaction.

На сегодняшний день в Российской Федерации цифровизация государственного управления является важным направлением в развитии социально-экономического сектора страны. Необходимо отметить, что и государство, стремящееся к повышению эффективности



государственного управления, и граждане заинтересованы в цифровизации. «В настоящее время процесс цифровой трансформации государственного управления является одним из приоритетных направлений в условиях усугубляющихся глобальных вызовов цифрового технологического развития. При этом особое значение в условиях повышенных социально-экономических рисков имеет цифровая трансформация государственного управления» [1].

Таким образом, современные условия развития цифровизации формируют принципиально новые направления в государственном и муниципальном управлении.

В научной литературе нет единого подхода к определению «цифровизация». Так, одни ученые понимают под цифровизацией «процесс внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий в деятельность граждан, организаций и органов государственной власти, результатом которого является принципиальное изменение в практике получения, обработки и обмена информацией» [2].

Халин В.Г. и Чернова Г.В. считают, что «цифровизация представляет собою главный современный тренд развития экономики и общества, основанный на переходе к цифровому формату представления информации, который направлен на повышение эффективности экономики и улучшение качества жизни» [3].

Следует согласиться с очень удачным определением Зубарева С.М., что «цифровизация государственного управления — это процесс внедрения в деятельность государственных органов цифровых технологий, позволяющих осуществить качественные преобразования в реализации государственных функций и оказании государственных услуг, обеспечить эффективное взаимодействие граждан и государства» [4].

Цифровизация – это внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни общества, а в сфере государственного управления цифровизация означает разработку и применение новых технологий и инструментов управления, в целях повышения эффективности взаимодействия граждан и органов государственной власти.

На сегодняшний день на территории Российской Федерации и соответственно в Свердловской области примерами цифровизации государственного управления являются: многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг, единый портал государственных и муниципальных услуг Российской Федерации, единая система в сфере закупок, а также сформировано несколько каналов связи с гражданами, среди которых электронные сервисы «Обращения граждан».

Граждане и юридические лица Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» имеют право направлять обращения в государственные органы и органы местного самоуправления. Граждане и юридические лица могут направлять как письменные обращения на бумажных носителях, так и в электронной форме с использованием различных интернет-сервисов.

Например, в Управлении Госавтоинспекции по Свердловской области сформировано несколько каналов связи с гражданами. Первый, на официальном сайте Управления Госавтоинспекции в разделе «Прием обращений» реализована возможность подачи обращений по вопросам деятельности подразделений Госавтоинспекции. В обращении граждане могут направить предложение об улучшении работы соответствующих подразделений, написать заявление, либо подать жалобу о несогласии с действиями должностных лиц. Обращение регистрируется и в порядке, предусмотренном действующим законодательством, рассматривается в установленные сроки, ответ направляется гражданину на адрес, указанный в обращении.

Кроме этого, через Единый портал государственных и муниципальных услуг реализована возможность подачи жалобы об отмене постановлений по делам об административных правонарушениях, вынесенных за правонарушения Правил дорожного движения Российской Федерации, зафиксированных средствами фото- и видео фиксации. При получении копии постановления в личном кабинете Единого портала государственных и муниципальных услуг, гражданин либо организация, в случае несогласия с вынесенным

постановлением, имеет возможность обжаловать данное постановление, выбрав причину несогласия и приложив документы, подтверждающие доводы жалобы. После чего данная жалоба поступает в специальное программное обеспечение «Паутина», непосредственно в орган, вынесший данное постановление, и в течение 10 дней, согласно Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит рассмотрению, решение по жалобе поступает также в личный кабинет Единого портала государственных и муниципальных услуг лица, направившего жалобу.

Так, в Центр автоматизированной фиксации административных правонарушений Управления Госавтоинспекции по Свердловской области в 2022 году поступило 36 695 обращений граждан, из которых 9 494 на бумажном носителе, 11 579 в электронной форме через сайт Госавтоинспекции, и 16 153 жалоб через Единый портал государственных и муниципальных услуг [5].

Таблица 1

Обращения граждан, поступивших за период 2019-2022 годы.

	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Электронная форма	7 915	9 797	13 985	27 201
Письменная форма	4 881	6 129	8 098	9 494

Исходя из представленной статистики можно сделать вывод, что ежегодно количество обращений, поступающих через электронные ресурсы, увеличивается, что свидетельствует о преимуществе цифровых технологий в государственном управлении.

Из недостатков такой вариативности подачи обращений является неосведомленность граждан о правилах подачи жалоб об отмене постановлений по делам об административных правонарушениях. Таким образом, поданная через раздел сайта Госавтоинспекции «Прием обращений» жалоба, не соответствующая требованиям Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (например, жалоба не подписана ее подателем, подана на несколько постановлений одновременно, пропущены сроки подачи жалобы и не заявлено ходатайство о восстановлении сроков обжалования), остается без рассмотрения, о чем выносятся соответствующее определение. В свою очередь через Единый портал государственных и муниципальных услуг, где предусмотрено обжалование постановлений по делам об административных правонарушениях, наоборот, задают интересующие вопросы по деятельности подразделений, не касаемые обжалования. Кроме того, имеют место случаи злоупотребления гражданами правом на подачу обращения.

Тем не менее, преимуществ данного электронного взаимодействия граждан и органов исполнительной власти в разы больше, чем недостатков. Это и легкость подачи обращения через различные каналы связи и быстрота реагирования соответствующих государственных и муниципальных органов.

Таким образом, развитие цифровизации государственного управления положительно влияет на качество и скорость предоставления государственных услуг, упрощает процесс взаимодействия граждан с государственными и муниципальными органами власти, увеличивает эффективность их взаимодействия.

\*\*\*

1. Королева Е.Л. Цифровизация государственного управления в Смоленской области: проблемы и перспективы // Цифровая трансформация государственного и муниципального управления: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Чебоксары, 2021. С. 46-48.
2. Кабытов П.П., Стародубова О.Е. Влияние цифровизации на реализацию полномочий органов исполнительной власти // Журнал российского права. 2020. № 11. С. 113-126.
3. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. С. 46-63.
4. Зубарев С.М. Правовые риски цифровизации государственного управления // Актуальные проблемы российского права. 2020. Т. 15. № 6. С. 23-32.
5. Официальный сайт Управления Госавтоинспекции ГУ МВД России по Свердловской области // <https://xn--90adear.xn--p1ai/r/66>.

**Ошкордина А.А.**  
**Современные тенденции развития санаторно-курортного  
комплекса в Свердловской области**

*Уральский государственный экономический университет  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-94

**Аннотация**

В статье рассматривается динамика изменения объема санаторно-курортных услуг в Свердловской области. Автор акцентирует свое внимание на высокую социально-культурную и экономическую значимость санаторно-курортных организаций в современном обществе в условиях эпидемиологической и геополитической нестабильности. Определены тенденции развития санаторно-курортных организаций на территории Свердловской области и всего Уральского региона.

**Ключевые слова:** санаторно-курортная организация, социальная роль, эффективность, природные факторы.

**Abstract**

The article examines the dynamics of changes in the volume of sanatorium and resort services in the Sverdlovsk region. The author focuses his attention on the high socio-cultural and economic importance of sanatorium and resort organizations in modern society in conditions of epidemiological and geopolitical instability. The trends in the development of sanatorium and resort organizations in the Sverdlovsk region and the entire Ural region have been identified.

**Keywords:** sanatorium-resort organization, social role, efficiency, natural factors.

В течение 300-летнего промежутка времени развития санаторно-курортного дела в России российскими и советскими учеными была создана мощнейшая, разветвленная сеть санаторно-курортных организаций на территории бывшего Советского Союза к концу 20 столетия, которой ни одна страна мира не могла бы похвастаться до 90-х годов прошлого столетия.

На территории Уральского региона и Свердловской области с конца 18 — начала 19 века организовывались санатории в целях долечивания и реабилитации местного населения после перенесения травм или тяжелых заболеваний. На сегодняшний день сохранились и активно развиваются такие санаторно-курортные организации, как «Нижние Серги», «Обуховский», «Курьи», «Липовка», которые в своей истории насчитывают более полутора сотен лет своего существования.

Исследуя историю развития анализируемых санаториев можно выделить основные этапы в их развитии: 1) организационный этап, включающий строительство водо и грязе лечебниц, а также развитие инфраструктуры санатория во времена царской России; 2) национализация объектов санаторно-курортных комплексов после Великой Социалистической революции в 1917-1920 гг.; 3) бурный рост и развитие санаторно-курортных организаций в период индустриализации общества до 1941г.; 4) реорганизация санаторно-курортных организаций в военные и эвакуационные госпитали в период Великой Отечественной войны, а также послевоенные годы (вплоть до 1950 г.); 5) организация санаториев и баз отдыха для оздоровления трудящихся промышленных предприятий и организаций Уральского региона; 6) в 1991 г. с распадом Советского государства для всех санаторно-курортных организаций наступает период тяжелого выживания; 7) начиная с начала 2000-х годов наблюдается восстановление сохранившихся санаторно-курортных организаций. Кроме того, обращает на себя внимание, что в период пандемии коронавирусной инфекции в 2020-2021 гг. многие санаторно-курортные организации Свердловской области использовались в качестве абсерваторов и больницами долечавания.

Как показала практика, именно санаторно-курортные организации в первую очередь вовлекаются в реорганизацию и переориентацию на другие функциональные виды лечебно-диагностической и оздоровительной деятельности в период кризисных санитарно-эпидемиологических или геополитических ситуаций, таким образом выполняя важнейшие социально-значимые задачи общества [1].

Анализ рынка санаторно-курортных услуг показывает, что по итогам 2022 года объем платных услуг санаторно-курортных организаций составил около 2,5 млрд. рублей, что на 13% превышает значения 2018 года (рис. 1).



Рисунок 1. Доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг за период с 2018 по 2022 год, млрд. руб. [2].

Необходимо отметить факт устойчивого увеличения санаторно-курортных услуг после пандемии 2020-2021 гг., что объясняется многими факторами как объективного, так и субъективного характера, к которым можно отнести повышение интереса у населения к своему собственному здоровью и формирования у молодежи основ здорового образа жизни, а также экономические факторы: снижение покупательской способности населения, закрытия многих туристических направлений за рубеж и др. Объем предоставляемых услуг увеличивается, доходов становится больше, значения превышают показатели 2019 года.

На основании результатов анализа статистической информации на Свердловскую область приходится 26,3% от общего объема платных услуг санаторно-курортных организаций по всему Уральскому федеральному округу. Подробное сравнение приведено в таблице 1. Вместе с тем, необходимо отметить, что Свердловская область не является лидером в предоставлении санаторно-курортных услуг, отдавая первенство Тюменской и Челябинской областям.

Таблица 1

Сравнение Свердловской области с другими субъектами УрФО по объему платных услуг санаторно-курортных организаций за 2022 год [2].

Регион	Доход, тыс. руб.
Уральский федеральный округ	9 522 678,1
Курганская область	256 623,9
Свердловская область	2 500 347,5
Тюменская область	4 132 031,8
Челябинская область	2 633 674,9

Принимая во внимание сложившуюся тенденцию и учитывая высокую конкурентоспособность близлежащих курортов, расположенных на территориях Республики Башкортостан, Челябинской области, Пермского края и других субъектов Российской Федерации, можно прогнозировать умеренный рост объема платных услуг санаторно-курортных организаций.

В области действует более 20 санаториев и профилакториев, принимающих ежегодно более 300 000 человек [3]. В настоящее время Свердловская область занимает первое место по количеству санаториев и баз отдыха в Уральском федеральном округе (с долей около 39%) [4]. Тем не менее, несмотря на высокую долю санаторно-курортных организаций, уровень доходов

их деятельности занимает всего лишь 3 строку среди субъектов Российской Федерации Уральского региона, что свидетельствует о необходимости внедрения эффективных управленческих решений.

Таблица 2

*Динамика объема платных услуг населению за период с 2017 по 2021 гг., млн. руб. [2].*

<i>Объем платных услуг населению, млн. руб.</i>	<i>2017 г.</i>	<i>2018 г.</i>	<i>2019 г.</i>	<i>2020 г.</i>	<i>2021 г.</i>
<i>Туристские</i>	<i>166 520</i>	<i>172 090</i>	<i>179 826</i>	<i>91 884</i>	<i>149 751</i>
<i>Гостиниц и аналогичных средств размещения</i>	<i>219 916</i>	<i>255 708</i>	<i>247 702</i>	<i>183 407</i>	<i>284 461</i>
<i>Специализированных коллективных средств размещения</i>	<i>137 031</i>	<i>159 660</i>	<i>170 514</i>	<i>131 145</i>	<i>205 631</i>
<i>из них: Санаторно-курортных организаций</i>	<i>112 305</i>	<i>129 147</i>	<i>133 873</i>	<i>101 882</i>	<i>150 678</i>
<i>ИТОГО</i>	<i>523 467</i>	<i>587 458</i>	<i>598 042</i>	<i>508 318</i>	<i>639 843</i>

Как свидетельствуют данные табл. 2, объем платных услуг планомерно ежегодно имеет тенденции к росту, за исключением 2020 г., когда больше половины организаций туристического бизнеса (с 1996 г. санаторно-курортные организации отнесены к индустрии туризма) прекратили свою деятельность в связи с профилактикой коронавирусной инфекции. Тем не менее, необходимо отметить, что как раз многие санаторно-курортные организации были задействованы как больницы долечивания и обсерваторы, показывая сокращение объемов только на 30%, в то время как объем туристских услуг и услуг гостиничного бизнеса просел практически в 2 раза. Из чего следует сделать вывод о высокой значимости санаторно-курортных организаций в условиях геополитической и эпидемиологической нестабильности.

Таким образом, санаторно-курортный туризм вызывает большой интерес в регионе. Даже молодежь готова ехать в санатории и другие учреждения для лечения и отдыха. Данное утверждение подтверждает и Эльмира Туканова, директор областного департамента развития туризма и индустрии гостеприимства Свердловской области [5]. Кроме того, за последние годы наблюдается тенденция увеличения спроса на лечебно-оздоровительный отдых среди молодежи, что ставит перед санаторно-курортными организациями Свердловской области задачу разработки и внедрения новых санаторно-курортных продуктов, ориентированных на запросы молодого населения региона.

\*\*\*

1. Ошкордина А.А., Охрименко Е.И. Социокультурные характеристики развития санаторно-курортных организаций Свердловской области. // Russian economic bulletin. 2022. Том 5. № 6. с. 72-78.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Росстат. - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 07.09.2023)
3. Оборин М.С. Особенности развития рынка санаторно-курортных услуг Свердловской области / Оборин М.С. // Сервис в России и за рубежом. 2016. С. 54-63.
4. Оборин М. С. Исследование рынка санаторно-курортных услуг Уральского федерального округа / Оборин М. С., Нагоева Т.А., Фролова Н. В. // Экономический анализ: теория и практика. 2017. №16. С. 128-144.
5. В Свердловской области вырос спрос на лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс] // Безформата. - Режим доступа: <https://ekaterinburg.bezformata.com/listnews/sverdlovskoy-oblasti-viros-spros/104760576/> (дата обращения: 07.09.2023)

Плотников С.О., Деева В.В.

## Технологии в корпоративном инновационном предпринимательстве

Национальный исследовательский университет  
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-10-2023-95

**Аннотация**

В научной статье рассматриваются основные технологии корпоративного инновационного предпринимательства. Каждая технология рассмотрена отдельно, что даёт возможность понять для себя целесообразность применения того или иного инструмента на практике в своей компании.

**Ключевые слова:** корпоративное предпринимательство, закрытие инновации, открытые инновации, акселератор, стартап-студии, бизнес-ангелы, инкубатор.

**Abstract**

In the scientific article are considered the main technologies of corporate innovative entrepreneurship. Each technology is examined separately, which allows for understanding the purposefulness of using each tool in practice at your company.

**Keywords:** corporate entrepreneurship, closed innovation, open innovation, accelerator, startup studio, incubator.

Современному бизнесу необходимо постоянное инновационное развитие для создания возможностей для завоевания больших частей рынка или же выходов на новые рынки. Этого можно достичь, внедрив практику внутрикорпоративного предпринимательства на предприятии, которая позволит раскрыть потенциал и компетенции сотрудников компании, а также позволит увеличить количество генерируемых идей, что качественно скажется на развитии реализуемой продукции.

В данной статье хочется раскрыть перечень технологий в корпоративном инновационном предпринимательстве, которые применяют современные инновационные компании.

**Корпоративное предпринимательство** - процесс, позволяющий существующим компаниям расширять и переориентировать свой профиль деятельности, выходя на новые рынки и создавая новые бизнесы и продукты.

Корпоративное или внутреннее предпринимательство представляет собой совокупность автономных инновационных инициатив сотрудников компании, выступающих в качестве предпринимателей. Они предлагают новые идеи, возможности, комбинации ресурсов внутри организации.

**Основные характеристики:**

- внутренние ресурсы;
- расширение компетенций;
- инициатива сотрудников.



Рисунок 1. Типы корпоративного предпринимательства.

Таблица 1

Основные задачи.

Вид	Задачи
Конкурс/хакатон	Быстро найти новые идеи под конкретную задачу, сформировать внутреннее сообщество интрапренеров (предпринимателей)
Акселератор	Ускорить разработку продукта/услуги, найти новых клиентов, развить предпринимательские компетенции
Инкубатор	Доработать идею, превратив в продукт, чаще всего смежных и новых рынков
Лаборатория инновация	Быстро выводить на рынок прорывные продукты, чаще всего смежных и новых рынков
Программа внутреннего предпринимательства	Создать новый внутренний бизнес-процесс по работе с инновациями
Стартап-студия (Corporate Venture Builder)	Запустить серийное производство внутренних стартапов

Таблица 2

Эффекты от введения корпоративного предпринимательства.

Эффект на развитие корпоративной культуры	Высокий		Программа внутреннего предпринимательства Высокий инкубатор	Внутренний акселератор
	Средний	Внутренний конкурс/хакатон		Лаборатория инноваций
	Низкий			Стартап-студия (Corporate Venture Builder)
		Низкий	Средний	Высокий
		Экономический эффект		
Инвестиции в создание	Высокие	Средние	Низкие	

Таблица 3

Корпоративное предпринимательство.

Генерация и разработка идей	Превращение идей в MVP	Масштабирование (вывод на рынок)
Основные инструменты		
Внутренние конкурсы/хакатоны	Внутренний инкубатор	1. Создание нового структурного



	<i>Внутренний акселератор</i>	<i>подразделения (интеграция новых продуктов, сервисов, процессов)</i>
<i>Программа развития внутреннего предпринимательства</i>		<i>2. Создание спин-оффа</i>
<i>Стартап-студия (Corporate Venture Builder)</i>		
<i>Лаб рато рия иннов ация</i>		
<i>Поддерживающие инструменты</i>		
<i>Клуб инноваторов/демо- дни для сотрудников Платформа по сбору идей сотрудников Шаблон описания идей продуктов (например, PR</i>	<i>Школа трекеров</i>	

Необходимо выстроить систему поощрений для сотрудников компании, которые будут мотивировать сотрудников к дальнейшей инновационной деятельности. Необходимо учесть, что разных людей мотивируют разные вещи: доля от прибыли, регулярные платежи, бонусы, продвижение по службе, расширенные должностные обязанности, имидж внутри и вне организации, финансирование исследований, участие в конференциях.

Без поддержки руководства не получится развить у работника веры в то, что разрабатываемая им инновация будет полезна всем работникам организации. Руководству следует оказывать содействие в выделении ресурсов, необходимых для реализации инновации и вести контроль всех проектов, чтобы не допустить «нагромождения» проектов. В качестве ресурсов подразумеваются не только деньги, но и время, компетенции сотрудников компании.

При работе с рисками, в ходе обсуждения возможности инициализации проекта по запуску инновации, требуется принять малые риски. В случае отсутствия успеха не следует наказывать сотрудника за это, а даже наоборот, следует поощрить его, так как сотрудник не испугался и проявил инициативу по внедрению инновации в компании.

Для возможности успешного развития внутрикорпоративного предпринимательства необходима четкая структурная иерархия, компания должно оказывать постоянную поддержку новым проектам. Стоит создавать многофункциональные команды, которые будут находиться на связи для возможности обмена опытом и идеями.

Модель «Закрытых инноваций» использовалась десятками лет, однако с течением времени становилось понятно, что:

- Огромные R&D бюджеты технологических грандов не спасали от появления «нахальных новичков».
- Компании зачастую неправильно распоряжались своими разработками.
- Нарастивание расходов на НИОКР не всегда приводит к росту бизнеса. Уменьшение срока жизни продукта увеличивает важность срока вывода новых продуктов на рынок, т.е. компания нужно будет стать более мобильными.

Открытые инновации — это модель ведения инновационной деятельности, в которой компания при разработке новых технологий и продуктов рассчитывает не только на собственные внутрикорпоративные НИОКР, но и активно привлекает инновации и компетенции извне. Концепция открытых инноваций предполагает получение компаниями

доступа к лучшим мировым технологиям и компетенциям, а также использование своих технологий и компетенций для выхода на новые рынки с целью диверсификации.

Таблица 4

## Сравнение закрытых и открытых инноваций.

<i>Принципы закрытых инноваций</i>	<i>Принципы открытых инноваций</i>
<i>Большинство компетентных людей в отрасли работают на нас</i>	<i>Не все компетентные люди работают на нас, поэтому мы должны найти и использовать знания и компетенции людей вне нашей компании</i>
<i>Для устойчивого развития бизнеса мы должны самостоятельно делать открытия, разрабатывать и производить продукты</i>	<i>Внешние исследования и разработки могут иметь большую выгоду, чем собственные</i>
<i>Если мы первыми коммерциализируем разработки, мы выиграем</i>	<i>Удачная бизнес-модель лучше, чем выход на рынок первым</i>
<i>Мы не должны допустить, чтобы наши конкуренты получили нашу интеллектуальную собственность и получили с неё выгоду</i>	<i>Мы должны получать прибыль от использования нашей ИС другими и приобретать чужую ИС всегда, когда это нужно для развития бизнеса</i>

## Недостатки использования модели “открытых инноваций”

- Сложности в поиске партнеров;
- Высокие затраты на координацию;
- Утрата контроля над интеллектуальной собственностью;
- Сложность и комплексность задач по созданию механизмов интеграции;
- Психологические барьеры (нежелание делиться разработками, отсутствие доверия партнерам). Стоит отметить, что многие компании сочетают “открытые инновации” и “закрытые инновации”.

## Инновационные экосистемы и участники

## Акселератор

Акселератор – это организация или программа для интенсивного развития стартапов через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку.

## Корпоративный акселератор

Данная модель активно используется корпорациями.

Основным заказчиком инноваций при подобном формате является компания или её конкретное подразделение. Такая структура работает с внутренними продуктовыми командами в компании или ищет решения на внешнем рынке

Цель — найти идею и протестировать её на существующей базе для улучшения внутренних бизнес-метрик и создания новых продуктов, которые поддержат развитие компании.

Стартап получает доступ к экспертизе и к клиентской базе большой компании. Стартап уже на старте получает работающий канал продаж и поддержку материнской компании. Проект может быстро выйти на продажи и получить первых клиентов.

## Венчурный акселератор

Венчурный акселератор — это акселератор при фонде. Цель - инвестиции на разных стадиях проекта.

Специалисты, менторы и трекары помогают выстроить структуру компании, ключевые процессы и упаковать продукт (или его MVP) взамен за опцион или оплату программы. По итогам акселерации проекты представляют результаты своей работы фонду, а иногда и другим приглашённым инвесторам в рамках демо-дней.

Таблица 5

*Венчурный акселератор.*

<i>pre-seed</i>	<i>seed</i>		<i>Round A</i>	<i>Round B</i>	<i>Round C</i>
<i>family, friends, fools</i>	<i>фонд Бортника/ бизнес-ангелы</i>		<i>Различные фонды и инвестиции в зависимости от отраслей или направлений</i>		
<i>TRL 1-3</i>	<i>TRL 4-6</i>	<i>TRL 7-9</i>			

Венчурный фонд — рискованный инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектами.

Бизнес-ангелы — это частные инвесторы, готовые вкладываться в стартапы на самых ранних стадиях, принимая активное участие в развитии бизнеса.

Инкубаторы, бизнес-песочницы

Цель — развить проект от идеи до первых продаж, усилить экономическую активность в регионе.

Принцип построения - услуги по поддержки малого бизнеса: аренда, бухгалтерия, информационное сопровождение, субсидии. Поддерживаются государством. (МСП, Региональные институты развития).

Таблица 6

*Исторический экскурс.*

<i>1959</i>	<i>Индустриальный центр “Батавия”, Джозеф Манкусо приобрёл обычный фабричный склад</i>
<i>1985</i>	<i>Во всем мире были созданы и успешно работали более 70 бизнес-инкубаторов</i>
<i>1992</i>	<i>1992 году к существующим прибавилось ещё 400 бизнес-инкубаторов, а ещё через три года в мире уже насчитывалось 1100 учреждений</i>

Таблица 7

*Виды бизнес-инкубаторов.*

<i>Классический</i>	<i>Офисное помещение, финансовая помощь, бухгалтерское и юридическое сопровождение — и именно это может предоставить любой классической бизнес-инкубатор</i>
<i>Инновационный</i>	<i>На базе научных центров и исследовательских институтов. Дают доступ к инновационным разработкам, информационным научным базам, лабораториям и пр.</i>

Экономический	Развитие региона, создание рабочих мест, оборудование помещений
Производственный	Целью производства каких-либо товаров, уже на начальном этапе необходимы производственные и складские помещения,

#### Стартап-студии (вузы)

Стартап-студия — это «фабрика стартапов». Она ориентирована на быструю проверку бизнес-идей и массовое «производство» новой компании.

Это не бизнес-инкубатор, акселератор или центр трансфера технологий. Бизнес-идеи даёт технологический предприниматель-партнёр, ФИОП или корпорация, понимая и используя компетенции университета.

Одним из ключевых достоинств стартап-студии является возможность обучающимся и сотрудникам вуза получить опыт технологического предпринимательства с эффективной поддержкой и в безопасных условиях.

#### Innovation Outpost R&D

OutPost - выделенный проектный офис для R&D.

Цель - искать и производить мониторинг потенциальных инноваций, конкурентов.

Сегодня крупные компании возвращают R&D в инновационные кластеры, например Silicon Valley.

Примеры инновационных кластеров: Silicon Valley, Herzliya в Израиле, Чжунгуаньйуль для ПО в Китае, Детройт для автомобилестроения, Милан для моды, Голливуд для фильмов.

Цель - отслеживать новые инновационные технологии или компании, которые появляются внутри кластера; определять возможные угрозы или потенциальные инструменты для резидентов; использовать эти инновации для создания новых продуктов.

Выделенный проектный офис позволяет реагировать на выявленные угрозы или потенциальные возможности:

1. Отслеживание трендов для изобретения;
2. Инвестирование;
3. Инкубация на ранних стадиях;
4. Приобретение стартапов;
5. Партнёрство со стартапами.

#### Центры трансфера технологий, центры прототипирования

Центр трансфера технологий - создаётся с целью коммерциализации результатов научных исследований и разработок, полученных институтами, вузами НИИ и другими научными организациями

#### Задачи:

- создание механизмов коммерциализации разработок;
- интеграции научных разработок и промышленности региона путём активизации трансфера НТ;
- получение заказов на технологические разработки для НИИ от промышленных предприятий;
- пресечение утечки РИДов.

Центр прототипирования — это площадка, где стартапы и другие малые и средние предприятия могут создать прототип своего изделия, устройства, мобильного приложения и т.д. для тестирования, отладки и выявления потенциальных недочётов.

#### Задачи:

- разработка дизайна и проектирование приборов;
- изготовление опытных образцов приборов и их компонентов

- аддитивное прототипирование (изготовление изделий на 3D принтерах из различных видов пластика и фотополимеров с последующей постобработкой изделия);
- прототипирование (например, для автоматизации: прототипирование автоматизации, робототехники, телеметрии с использованием оборудования ЦП, создание прототипа на базе микроконтроллеров, микрокомпьютеров, тестирование и отладка прототипов);
- виртуальная реальность (прототипирование виртуальной реальности и мобильных приложений с использованием оборудования и ПО ЦП);
- промышленный дизайн (3D сканирование, 3D моделирование, разработка дизайн проекта, фотореалистичная визуализация, подготовка проектной документации, авторский надзор).

Хакатон, система «единого окна» и фабрика идей

Хакатон — это соревнование, в котором командам нужно за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервис или мобильное приложение) для решения определённой проблемы, с которой столкнулся бизнес-заказчик.

Система «Единого окна» - способ взаимодействия компании с владельцами инновационных решений, которое осуществляется в рамках единой электронной системы, которая охватывает весь комплекс мероприятий от приёма заявлений до подготовки и выдачи заключения о целесообразности внедрения рассмотренного инновационного решения (либо инновационной идеи) в деятельность компании.

«Фабрика идей» – это проект, направленный на оптимизацию бизнес- процессов. В рамках «фабрики» любой сотрудник может предложить, как улучшить условия труда, минимизировать убытки, повысить эффективность процессов и т. д.

Институты развития

Институты развития — инструмент государственной экономической политики, призванный стимулировать развитие инновационных процессов и связанной с ними инфраструктуры с использованием механизмов государственно-частного партнёрства.

Институты развития — специализированная квазигосударственная корпорация (компания), деятельность которой направлена на устранение «провалов рынка», сдерживающих развитие страны.

Пример федеральных институтов развития — «Сколково», «Роснано», Российская венчурная компания, Российский экспортный центр, Фонд содействия реформированию ЖКХ и т. д. Также есть и региональные институты развития — к ним относят технопарки, бизнес-инкубаторы и т. п.

Технопарки

Технопарк — специализированная территория, созданная для научно- производственной и инновационной деятельности и объединяющая НИИ, деловые центры, учебные заведения, выставочные площадки. Резидентами технопарка могут стать индивидуальные предприниматели и юридические лица.

Примеры применения «открытых инноваций» в РФ

В качестве критериев активности компаний был выделен ряд инструментов с открытыми инновациями: акселератор; корпоративный акселератор; внешний акселератор; окно инноваций; венчурная студия; бизнес- инкубатор; инвестиции в проект; покупка проекта (M&A); работа с зарубежными инновациями; работа с молодежными инновациями; хакатон/конкурс.

В результате получалась следующая таблица:

Таблица 8

Список компаний с «открытыми инновациями».

<b>Промышленность и логистика</b>
Газпромнефть», «Ростех» и ММК, «Северсталь», «Татнефть», РЖД, ТМК, «Росатом», НЛМК, «Сибур» и «Лукойл», «Кировский завод», «Почта России»,

«Норильский никель», «Русал», En+ Group
ИТ и телеком
МТС, «МегаФон», Kaspersky, Mail.ru Group, «Билайн», «Крок», «Ростелеком», Softline, «Яндекс»
<b>Ритейл</b>
X5 Group, «Лента», «ВкусВилл», «Магнит», «Сафмар»
<b>Банки и финансовые корпорации</b>
Сбербанк, Газпромбанк, ВТБ, «Открытие», Внешэкономбанк, АФК «Система»
<b>Пищевые корпорации</b>
ЭФКО

Существует целый ряд технологий корпоративного инновационного предпринимательства, в связи с этим трудно сделать вывод о целесообразности применения той или иной технологии в рамках своей компании, поскольку нет

«рецепта» использования технологий для определённых групп компаний, данные инструменты подбираются индивидуально, в связи с этим требуется поэтапное тестирование каждого инструмента в компании для определения наиболее благоприятного для развития сотрудников, а также для инновационного развития организации.

\*\*\*

1. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник / [подгот. авт.: Джуха Владимир Михайлович и др.; под ред. В. М. Джухи]; М-во образования и науки Российской Федерации, Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ). - Ростов н / Д., 2014. - 367 с.15
2. Кристенсен, Клейтон М. Дилемма инноватора: как из-за новых технологий погибают сильные компании / Клейтон М. Кристенсен; пер. с англ. [Т. Овсенева]. – М., 2004. - 238 с.
3. Остервальдер, Александр. Построение бизнес-моделей [Текст]: настольная книга стратега и новатора / Александр Остервальдер и Ив Пинье; [пер. с англ. М. Кульнева]. - 3-е изд. – М., 2013. - 287 с.
4. Меерович, Марк. Технология творческого мышления / Марк Меерович, Лариса Шрагина. – М., 2008. - 494 с.
5. Рис Эрик. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М., 2022. – 256 с.

**Рахмеева И.И.**

**Фундаментальное экономического образование: взгляд региональных университетов**

*Уральский государственный экономический университет  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-96

#### **Аннотация**

Глубокие и коренные изменения в экономической жизни российского общества за последнее десятилетие являются серьезными вызовами на современном этапе развития, отягчающиеся слабостью отечественного фундаментального экономического образования. В статье рассмотрены основные проблемы преподавания экономической теории в ВУЗах в регионах и предложены подходы к их преодолению, в частности, формирование новой программы фундаментального экономического образования и разработка учебных пособий, целенаправленная подготовка преподавателей современной экономической теории.

**Ключевые слова:** экономическое образование, фундаментальное образование, экономическая теория, фундаментальная экономика, проблемы экономического образования, региональные университеты, образование в регионах, современное образование.

**Abstract**

Profound and fundamental changes in the economic life of Russian society over the past decade are serious challenges at the present stage of development, aggravated by the weakness of domestic fundamental economic education. The article describes the main problems of teaching economic theory in universities in the regions. The author suggests approaches to overcoming them, in particular, the formation of a new program of fundamental economic education and the development of textbooks, targeted training of teachers of modern economic theory.

**Keywords:** economic education, fundamental education, economic theory, fundamental economics, problems of economic education, regional universities, education in the regions, modern education.

Глубокие и коренные изменения в экономической жизни нашего государства за последнее десятилетие являются серьезными вызовами на современном этапе развития. В первую очередь, по причине слабости отечественного фундаментального экономического образования, которое закладывает подходы предпринимателей, чиновников, домохозяйства к принятию экономических решений служит фактором национальной безопасности и конкурентоспособности экономики [1-3]. Экономическая теория, лежащая в основе экономического образования, - это не просто способ решения задач производства, распределения, обмена и потребления, это прежде всего, вопрос ценностей.

В 90-е годы с приходом рыночной экономики произошел импорт западной экономической теории с культом модели позднего капитализма. На долгие годы фундаментом экономического образования в подавляющем большинстве высших учебных заведений стали исключительно микро- и макроэкономическая теория. Воспитанные на этих взглядах государственные деятели, руководители предприятий, молодые преподаватели и исследователи в сфере экономики не справляются с вызовами растущей социальной несправедливости и геополитического противостояния, изменения климата, мировой технологической революции.

В 2000-х непрерывно сокращались бюджетные места для экономистов, и их подготовка в региональных ВУЗах стала во многом коммерческим видом образования [4]. А спрос на рынке образовательных услуг привёл к смещению в подготовке к прикладным профилям. Направления, связанные с подготовкой теоретиков и исследователей в экономической науке, понесли ущерб. Соответствующие специальности во многих ВУЗах страны были закрыты.

Разрушение фундаментального образования и его однобокость и ограниченность привели к катастрофическому дефициту преподавателей экономической теории и экономического анализа в региональных университетах. Данный сегмент профессорско-преподавательского состава стареет и сокращается, а восполнять его в локальных ВУЗах затруднительно в условиях дефицита молодых кадров.

Преодолеть сложившуюся негативную ситуацию может помочь, во-первых, формирование новой программы образования в сфере экономической теории и разработка учебных пособий, во-вторых, целенаправленная подготовка преподавателей современной экономической теории. Рассмотрим подробнее данные предложения.

Первое направление – новое содержание образования в сфере экономической теории. На необходимость его обновления указывают ведущие экономисты страны [5, 6].

Современный экономист должен обладать критическим и одновременно креативным мышлением. Для этого он должен иметь полную картину мира со всем ее многообразием западных капиталистических систем, советского коммунизма, скандинавского и азиатского синтеза социализма с рынком.

Современный экономист должен обладать социальной ответственностью. Для этого необходимо трансформировать предмет экономической теории, расширить его с рынка и фирмы до вопросов социальной справедливости, экологической безопасности, экономических кризисов, технологического прогресса и устойчивого развития. Это будет способствовать



развитию нравственных ориентиров студентов для приложения своих усилий на благо страны и родного края.

Базовое экономическое образование должно давать представление о разных подходах без перекоса в отношении отдельной теории, учесть интерпретации экономических явлений в новейшей истории России.

Фундамент такого образования наряду с положениями неоклассической микро- и макроэкономики (теряющими свои центральные позиции) должен включать историю экономических учений, политическую экономию, институциональную экономику, экономику общественного сектора, эконометрику, эволюционную экономическую теорию и теорию экономического роста. Кроме перечисленных направлений программа должна включать достижения отечественной экономической мысли – теорию экономических циклов Николая Дмитриевича Кондратьева и технологических укладов Сергея Юрьевича Глазьева, ноономику Сергея Дмитриевича Бодрунова и нравственную экономику, основы которой заложил Дмитрий Семенович Львов. В курсе национальной экономики самостоятельное место необходимо выделить дисциплине «Российская экономика», или «Российская экономическая система». Для региональных ВУЗов актуальным представляется чтение экономики родного края, например, «Экономики Урала» в университетах Уральского макрорегиона. Должны быть поддержаны фундаментальные научные исследования в области экономической теории для развития собственных научных школ.

В зависимости от профиля образования программа может включать углубленные курсы по выбору: поведенческая экономика; теория экономических систем; современные модели организации рыночной экономики и общества; глобальный мир: экономика, политика и бизнес; мезоэкономика; экономический анализ права; эксперименты в экономике; теория информационного общества; история развития российского предпринимательства.

Потребуется актуализация и разработка не только новых учебных программ, но и учебников, практикумов по перечисленным дисциплинам, основанным на научных достижениях последних лет, отечественных разработках.

Описанный фундамент экономической теории, который должен быть заложен в умы экономистов, должен генеральной линией проходить через всю программу подготовки. Кроме того, описанное расширение содержания преподаваемой экономической теории позволит решить еще одну важную задачу реформирования образования. Это переход от решения стандартных математизированных задач к проблемному подходу в обучении [7].

Нельзя забывать и о прикладных навыках – это экономическое моделирование и эконометрический анализ. Сегодня владение информационными технологиями преимущественно выведено в отдельные профили или самостоятельные дисциплины, а оно должно стать сквозной компетенцией. Для этого необходимо поддержать ВУЗы в оснащении компьютерных классов, сделать доступным для них программное обеспечение.

Второе направление – подготовка преподавателей, которые смогут нести и передавать весь обозначенный массив знаний и умений.

Необходимо создать условия для освоения действующим профессорско-преподавательским составом современных компетенций как в части образовательных методов и техник, пользования информационно-коммуникационными технологиями, так и содержания современных экономических теорий. Потребуется повышение квалификации действующего состава преподавателей в части углубления знаний по вновь вводимым и возрождаемым дисциплинам. Сохраняются задачи увеличения зарплат педагогов высшей школы до уровня, позволяющего им вести достойное существование, заниматься наукой, а также повышения престижности данной деятельности, чтобы талантливые молодые люди оставались в сфере образования после окончания университета, а не искали более высокооплачиваемые места.

Первостепенной задачей является подготовка новых преподавателей экономической теории. Одним из вариантов решения данной проблемы может стать выделение бюджетных мест для подготовки по профилю экономической теории, преподавателя экономики высшей школы. Важно поддержать работу диссертационных советов по экономической теории, создать

бюджетные места в аспирантуре и докторантуре данного профиля. При этом доверить подготовку преподавателей экономической теории, разработку новых программ и основополагающих учебников следует ведущим экономическим ВУЗам страны.

Перечисленные в статье проблемы фундаментального экономического образования в региональных университетах требуют скорейшего разрешения, потому что обновление экономического образования сегодня – это залог успешного развития страны завтра.

\*\*\*

1. Фокин Н.И. Основные тенденции развития образования как фактора национальной безопасности // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. 2014. № 5(37). С. 45-50.
2. Корсакова Е.А., Пермякова Н.П. Об экономической эффективности инвестиций в образование // Достойный труд – основа стабильного общества. Том Часть 1. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2012. С. 105-108.
3. Родионов Д.Г., Зайцев А.А., Дмитриев Н.Д. Интеллектуальный капитал в стратегии обеспечения экономической безопасности Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 10-2. С. 156-166.
4. Корнильцева Е.Г., Лысенко В.В. Особенности образовательного процесса в условиях рынка // Проблемы многоуровневого высшего образования: Тезисы докладов седьмой Международной научно-методической конференции. Том Часть 3. Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, 1998. С. 65-67.
5. Бuzгалин А.В., Глазьев С.Ю. Российское образование в области экономической теории: необходимо обновление // Российский экономический журнал. 2022. №1 5. С. 4-21. DOI 10.33983/0130-9757-2022-5-4-21.
6. Тамбовцев В. Реформы российского образования и экономическая теория // Вопросы экономики. 2005. № 3. С. 4-19. DOI 10.32609/0042-8736-2005-3-4-19.
7. Комарова О. В. Содержание и структура предпринимательского образования как фактор поддержки и развития бизнеса // Тенденции развития науки и образования. 2022. № 90-5. С. 83-86. DOI 10.18411/trnio-10-2022-206.

**Стукова Ю.Е., Александров Л.И., Гребенюк В.А., Восканянц Э.А.**  
**Практическое применение факторного анализа рентабельности**

*Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина  
(Россия, Краснодар)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-97*

**Аннотация**

В статье описывается практическое применение методики факторного анализа рентабельности. Важность методики состоит в том, что она позволяет определить какие факторы и в каком объеме оказали влияние на изменение резуль-тативного показателя. Устанавливается направленность влияния каждого фактора, что позволяет разрабатывать конкретные мероприятия при разработке стратегии развития организации. Кроме того, изучение динамики изменения показателей рентабельности позволяет повысить эффективность управления затратами и средствами организации и определить степень ее устойчивости под влиянием внешних факторов.

**Ключевые слова:** рентабельность, факторный анализ, прибыль, эффективность, доходность, прибыльность.

**Abstract**

The article describes the practical application of the method of factor analysis of profitability. The importance of the methodology lies in the fact that it allows us to determine which factors and to what extent influenced the change in the resultant indicator. The direction of the influence of each factor is established, which makes it possible to develop specific measures when developing an organization's develop-ment strategy. In addition, studying the dynamics of changes in profitability indica-tors makes it possible to increase the efficiency of managing the costs and means of the organization and determine the degree of its stability under the influence of external factors.

**Keywords:** profitability, factor analysis, profit, efficiency, profitability, profitability.

Рентабельность отражает конечный результат деятельности организации. Для его определения необходимо иметь данные о выручке и себестоимости продукции или услуг. Существует множество показателей рентабельности – продукции, реализации, имущества, предприятия и т.д., однако все они отражают отношение эффекта к затратам. Так, отношение прибыли от продаж к себестоимости позволит определить показатель рентабельности продукции, а отношение чистой прибыли к валюте баланса – рентабельность имущества. Так как показатели рентабельности характеризуют относительную доходность или прибыльность работы организации, то положительной тенденцией является их увеличение. Детальный анализ рентабельности позволяет оценивать организацию с точки зрения эффективности ее деятельности в целом и по отдельным направлениям – основной, инвестиционной и финансовой.

Алгоритм проведения факторного анализа рентабельности может выглядеть следующим образом:

- выявление наиболее значимых факторов, повлиявших на изменение рентабельности;
- определение степени и направленности влияния факторов в процент-ном выражении;
- определение прогнозных показателей рентабельности с учетом их оптимизации.

Для того, чтобы провести расчет влияния факторов на рентабельности продукции необходимо провести ряд вычислений (рисунок 1). В качестве исходной информации необходимо привести данные о выручке, себестоимости и прибыли от продаж. Далее производится расчет показателей рентабельности продукции и реализации, а также отношение выручки к себестоимости.

Исходные данные демонстрируют, что рентабельность продаж в 2021 г. в сравнении с 2020 г. возросла на 11,67 п.п., а в 2022 г. в сравнении с 2021 г. – на 1,64 п.п. Это положительно повлияло на изменение рентабельности продукции: за счет этого фактора она возросла соответственно на 16,53 и 2,04 п.п.

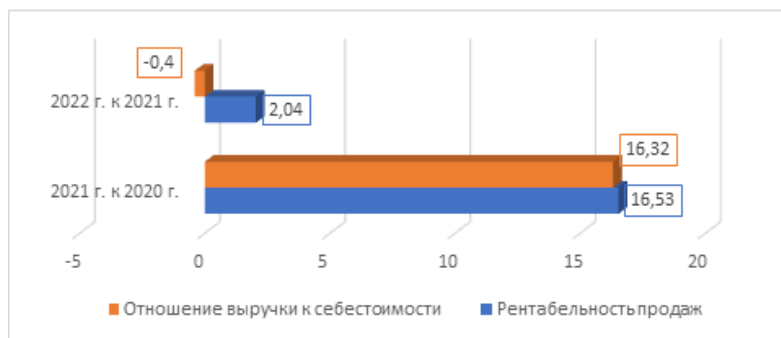


Рисунок 1. Расчет влияния факторов на рентабельность продукции.

Выручка по отношению к себестоимости в 2021 г. в сравнении с 2020 г. возросла на 0,43 пункта, что повысило рентабельность продукции на 16,32 п.п. В 2022 г. в сравнении с 2021 г. выручка по отношению к себестоимости сократилась на 0,01 пункта, что отрицательно сказалось на рентабельности продукции – она снизилась на 0,4 п.п.

Модели Дюпона позволяют определить степень и характер воздействия на рентабельность активов тех показателей, которые отражают разные стороны финансово-хозяйственной деятельности организации. К ним относятся балансовая прибыль, данные о стоимости имущества, величине собственного капитала и выручке (рисунок 2). На основе исходной информации рассчитываются показатели рентабельности активов и оборота, а также коэффициенты оборачиваемости собственного капитала и автономии.

Экономическая рентабельность в 2021 г. имела довольно высокое значение – 44,81%, но в отчетном 2022 г. она немного сократилась на 0,9 п.п. и составила 43,91%. Факторный анализ

выявил, что в 2021 г. что негативное влияние на изменение рентабельности активов имело изменение коэффициента оборачиваемости собственного капитала и коэффициента автономии. Они снизили экономическую рентабельность соответственно на 68,84 и 4,41 п.п. В то же время изменение рентабельности оборота имело положительное влияние, что повысило доходность всех вложенных средств на 44,97 п.п.

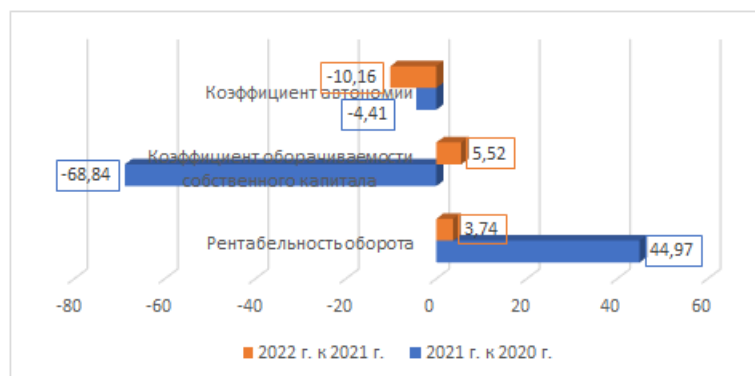


Рисунок 2. Расчет влияния факторов на рентабельность активов.

В 2022 г. в сравнении с 2021 г. два фактора имели положительное влияние на изменение рентабельности активов, которая все равно снизилась на 0,9 п.п. Наибольшее влияние на данное изменение имела отрицательная тенденция коэффициента автономии – на 10,16 п.п. Увеличение рентабельности оборота и коэффициента оборачиваемости собственного капитала повысило экономическую рентабельность соответственно на 3,74 и 5,52 п.п.

Кроме описанных моделей существует оценка коэффициента устойчивости экономического роста, который показывает рост собственного капитала за счет результатов финансово-хозяйственной деятельности. Коэффициент экономического роста характеризует увеличение собственного капитала только за счет прибыли, полученной и направляемой на развитие производства (рисунок 3).

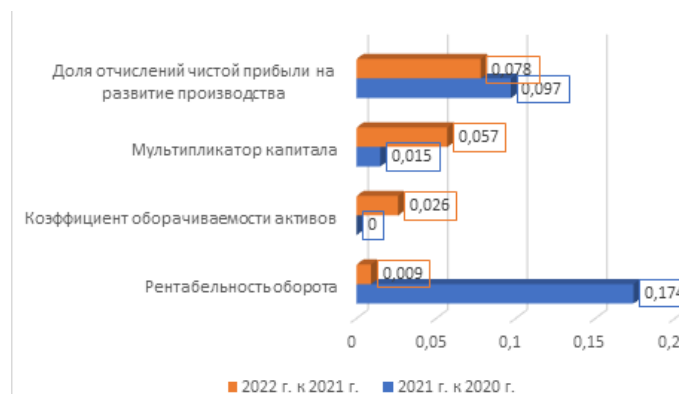


Рисунок 3. Влияние факторов на изменение рентабельности собственного капитала.

Необходимо привести данные о стоимости имущества и собственного капитала, выручке, прибыли от продаж и чистой прибыли. На основе этих данных рассчитываются коэффициенты экономического роста и оборачиваемости активов, мультипликатор капитала и рентабельность оборота.

Факторные исследования показывают, что все факторы, кроме изменения коэффициента оборачиваемости активов, имеют положительное значение. Темп роста собственного капитала в 2021 году в сравнении с 2020 годом составил 3,5 п.п. Увеличение доли отчислений чистой прибыли на развитие производства на 57,42% повысило коэффициент экономического роста на 9,7%; рост мультипликатора капитала на 0,134 пункта повысило коэффициент экономического

роста на 1,5%. Самое большое влияние оказал рост рентабельности оборота, который увеличил экономического роста на 17,4%.

Темп роста собственного капитала в 2022 году в сравнении с 2021 годом составил 11,8 п.п. Увеличение доли отчислений чистой прибыли на развитие производства на 25,6% повысило коэффициент экономического роста на 7,8%; рост мультипликатора капитала на 23,1% повысило коэффициент экономического роста на 5,7%. Меньшее влияние оказали снижение коэффициента оборачиваемости и рост рентабельности оборота – на 2,6 и 0,9% соответственно.

Представленные экономико-математические модели имеют важное значение для оценки стратегии и направленности бизнеса, позволяют понять логику действия основных факторов развития организации, количественно оценить их влияние, выявить причинно-следственную связь и ошибки во взаимосвязи с другими аспектами проводимой политики, мобилизовать возможности для повышения эффективности производства.

\*\*\*

1. Бариленко В.И. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / В.И. Бариленко, Л.К. Плотникова, Р.В. Скачкова. – М.: Эксмо, 2010. – 272 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/898.html>
2. Стукова, Ю. Е. Управление платежеспособностью на основе оценки денежных потоков организации / Ю. Е. Стукова, Н. Я. Клочкова, А. А. Салова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 36(4). – С. 242-245. – DOI 10.24412/2309-4788-2021-111306. – EDN BODWEJ.
3. Управление финансовой устойчивостью коммерческих организаций на основе изучения подходов к финансированию активов / Ю. Е. Стукова, В. Н. Фисик, Ю. С. Павленко, А. Е. Сырцов // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 42(1). – С. 343-349. – DOI 10.24412/2304-6139-2021-10936. – EDN IEZKUX.
4. Формирование финансовых результатов деятельности организаций аг-рарного сектора региональной экономики / В. С. Колесник, Д. К. Иваницкий, Ю. Е. Стукова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 10(123). – С. 544-548. – DOI 10.34925/EIP.2020.123.10.102. – EDN GPSBWO.

## Сюй В.

### Маркетинг туристских территорий в Китае

*Московский государственный университет  
(Россия, Москва)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-98*

#### Аннотация

Маркетинг в туризме – это просто любая маркетинговая стратегия, используемая предприятиями в индустрии туризма. Сюда входят, например, отели и другие формы размещения, а также авиакомпании, услуги по аренде автомобилей, рестораны, развлекательные заведения, турагенты и туроператоры. Как и любая другая маркетинговая деятельность, целью туристического маркетинга является продвижение бизнеса, выделение его среди конкурентов, привлечение клиентов и повышение узнаваемости бренда. Данный вид маркетинговой деятельности также использует те же маркетинговые каналы.

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинг туристских территорий, Китай, туризм.

#### Abstract

Tourism marketing is simply any marketing strategy used by businesses in the tourism industry. This includes, for example, hotels and other forms of accommodation, airlines, car rental services, restaurants, entertainment venues, travel agents, and tour operators. Like any other marketing activity, the goal of tourism marketing is to promote the business, distinguish it from competitors, attract customers, and enhance brand recognition. This type of marketing also utilizes the same marketing channels.

**Keywords:** marketing, marketing of tourist areas, China, tourism.

Китай – это прекрасное место для путешествий и туризма. В Китае много различных достопримечательностей, исторических и культурных мест, а также красивых природных

пейзажей. Рассматривая особенности туризма в Китае, рассмотрим основные показатели развития туризма в КНР. Рассматривая основные страны, чьи туристы посещают Китай, можно отметить, что в Китай, преимущественно приезжают туристы из стран Азии (рисунок 1).

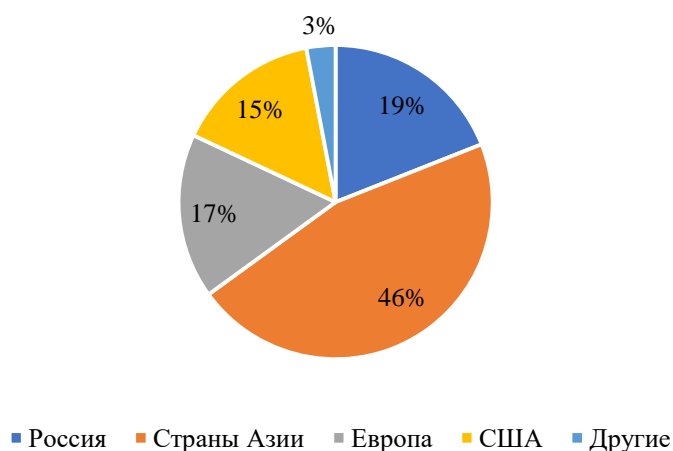


Рисунок 1. Географическая структура въездного потока в Китай, 2022 г., %.

Отметим, что данные представлены во время введенных ограничений на посещение страны в период пандемии коронавирусной инфекции. Официально туристические визы в период с 2020 по 2022 год не выдавались туристам из других стран. При этом реализация туризма была возможно по безвизовым договоренностям (страны Азии) с условием прохождения двухнедельного карантина. При этом, рассматривая динамику въездного / выездного и внутреннего туризма, отметим, что к 2022 году именно внутренний туризм стал преобладающим в туристской отрасли в Китайской Народной Республике (рисунок 2).

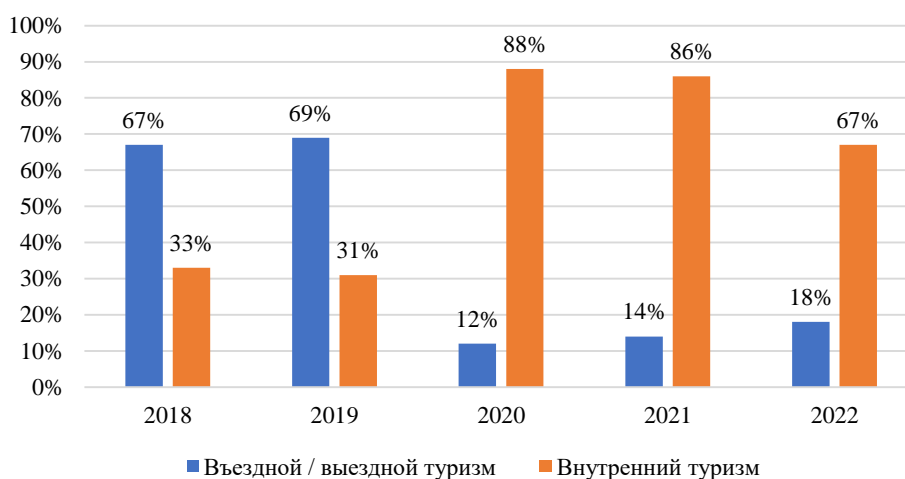


Рисунок 2. Динамика въездного / выездного и внутреннего туризма в КНР, 2018-2022 гг., %.

Согласно статистическим результатам выборочного обследования внутреннего туризма, в первом полугодии 2022 года общее количество внутренних туристов составило 1,455 млрд человек, что на 22,2% меньше, чем в предыдущем году. Среди них количество внутренних туристов из числа городских жителей составило 1,091 млрд человек, спад на 16,6%, число внутренних туристов из числа сельских жителей составило 364 млн человек, снижение на 35,4%. В квартальном выражении количество внутренних туристов в первом квартале составило 830 млн человек, снизившись в годовом исчислении на 19,0%, количество внутренних туристов во втором квартале составило 625 млн человек, снизившись в годовом исчислении на 19,0%. 26,2%. Доходы от внутреннего туризма (общее потребление туризма)

составили 1,17 трлн юаней, что на 28,2% меньше, чем в предыдущем году. Среди них туристическое потребление городских жителей составило 0,94 трлн юаней, снизившись на 26,7%, туристическое потребление сельских жителей составило 0,23 трлн юаней, снизившись на 33,8% [3].

Отметим, что с 6 февраля 2023 года туристы из Китая получили возможность туристических поездок за рубеж, в том числе в Россию. Китайские туристы смогут купить групповой тур и отправиться в одну из 20 разрешённых стран - об этом официально сообщило Министерство культуры и туризма КНР. В Россию, в том числе. Также в списке Таиланд, Индонезия, Камбоджа, Мальдивы, Шри-Ланка, Филиппины, Малайзия, Сингапур, Лаос, ОАЭ, Египет, Кения, Южная Африка, Швейцария, Венгрия, Новая Зеландия, Фиджи, Куба и Аргентина.

В целом, снятие ограничений на туристические поездки в Китае позволит увеличить долю въездного / выездного потока, а также повлияет на ускоренное восстановление туристской индустрии после пандемии коронавирусной инфекции.

Маркетинг туристских территорий в Китае имеет свои особенности. В первую очередь, важно учитывать культурные различия между Китаем и другими странами. Китайские потребители имеют свои уникальные предпочтения и ожидания от туристических услуг, поэтому необходимо адаптировать маркетинговые кампании китайской аудитории [4].

Китайские потребители туристских услуг – это молодые люди в возрасте от 18 до 40 лет, живущие в крупных городах и относящиеся к растущему среднему классу. Они экономят меньше, чем предыдущее поколение, несмотря на значительный доход. Хотя экономический рост в Китае замедляется, они с оптимизмом смотрят в будущее и верят, что их заработок и уровень жизни будут увеличиваться [5].

Несмотря на то, что Китай является одним из крупнейших рынков туризма в мире, у маркетинга туризма в Китае есть свои проблемы, которые могут затруднять привлечение туристов и продвижение туристических услуг.

Для определения основных проблем, влияющих на развитие маркетинга туризма в Китае, проведем обзор научных публикаций по заданной теме исследования. Отметим, что определение проблем проводилось на основе концепции Ф. Котлера маркетинг-микс (4P).

#### Продукт (Product).

Проблема 1 «Отсутствие у турагентов карт путешественника, позволяющих изучать информацию о туре и ее его характеристиках в Китае». Для индивидуальных туристов очень важна карта путешественника, которая позволяет изучать возможности тура, его характеристики. Однако, почти у большинства туроператоров в Китае такая карта отсутствует при реализации ими туров [6].

Проблема 2 «Недостаток уникальных туристских маршрутов по традиционным местам Китая у туроператоров». Для китайских потребителей очень важны уникальные маршруты, которые принесут им множество эмоций. Однако, чаще всего туроператоры предлагают простые маршруты в один город или место.

#### Распределение (Place).

Проблема 3 «Реализация туров происходит только посредством посещения туроператоров без возможности бронирования тура в сети Интернет». В Китае все туры бронируются только при посещении офиса и заключении договора там. Однако, китайские потребители после пандемии коронавирусной инфекции все больше предпочитают бронирование онлайн и заключение договора онлайн.

#### Продвижение (Promotion).

Проблема 4 «Отсутствие собственного сайта у туроператоров туров в КНР». Для китайских потребителей очень важно наличие сайта у туроператоров, так как это вызывает наибольшее доверие. Однако, многие туроператоры не имеют такого сайта, что не позволяет ни бронировать онлайн, ни связаться с турагентами онлайн [7].

Проблема 5 «Отсутствие информации на поисковых сетях у туроператоров в сети Интернет». Поисковые сети такие, как Baidu, QQ стали крайне важным источником поиска



информации для китайских потребителей. Но многие туроператоры не используют данный канал для продвижения своих туристских услуг на рынке Китая.

Проблема 6 «Отсутствие у туроператоров личных блогов в социальных сетях при продвижении туристских услуг в сети Интернет». Социальные сети важнейший источник получения информации в Китае. Но многие туроператоры не ведут личный блог, что снижает доверие со стороны китайских потребителей при выборе туристских туров.

Проблема 7 «Отсутствие продвижение у KOL при реализации туристских продуктов». Лидеры мнений – это люди, которые оказывают значительное влияние на окружающую среду и поэтому охотно используются, например, для пиар-акций. Даже если они не продают туристский продукт напрямую, они оказывают огромное влияние на решения о покупке, принимаемые другими.

Цена (Price).

Проблема 8 «Ценовой диапазон туров выше, чем у компаний, предлагающих международные туры». Для китайцев путешествие по Китаю порой обходится намного дороже, чем съездить в тот же Таиланд, так как туроператоры в Китае предлагают более дорогие туры [8].

Для определения факторов, влияющих на маркетинг туристских территорий также целесообразно проведения эмпирического количественного исследования потребительских предпочтений. С целью анализа запросов китайских потребителей в рамках развития туризма в КНР в новых условиях было принято решение провести полевое исследование: количественными методами. Методом количественного исследования выступало online-анкетирование с использованием простой случайной выборки.

Объектом количественного исследования являются потенциальные потребители туристических услуг на рынке КНР, которые проживают в Китае. Не учитываются: приезжие в Китайскую Народную Республику из других стран из-за невозможности определить их количество.

В генеральную совокупность попадают те люди, которые могут самостоятельно распоряжаться своим денежными средствами для покупки тех или иных товаров. Таким образом, генеральную совокупность составляют люди в возрасте от 18 лет, которые самостоятельно могут зарабатывать и приобретать туристические туры.

Согласно данным Национального бюро статистики в Китайской Народной Республике численность населения КНР в возрасте от 18 лет составляет 0,7 млрд человек.

Из основы выборки исключаются лица, которые:

1. никогда не приобретали туристические туры на рынке КНР;
2. являются неплатежеспособными и не могут позволить себе приобретать туристические туры.

Единицей наблюдения является лицо в возрасте от 18 лет и выше, проживающее на территории Китайской Народной Республики и имеющее опыт в приобретении туристических туров.

Выборка просчитана при помощи калькулятора расчета размера выборки с учетом доверительной вероятности («точности») в 95% и доверительного интервала («погрешности»)  $\pm 5\%$ . Размер результативной выборки составил 384. На основании проведенного количественного исследования можно представить сегменты респондентов – китайских потребителей туристских продуктов (таблица 1).

Таблица 1

Сегменты китайских потребителей туристических услуг в КНР.

	<i>Отрывающиеся</i>	<i>Начинающие путешественники</i>	<i>Заядлые путешественники</i>
<i>Размер сегментов</i>	20%	32%	48%
<i>Пол</i>	<i>Мужчины и женщины</i>	<i>Мужчины и женщины</i>	<i>Мужчины и женщины</i>
<i>Возраст</i>	<i>От 18 до 50 лет</i>	<i>От 19 до 30 лет</i>	<i>От 31 до 40 лет</i>
<i>Уровень доходов</i>	<i>Выше среднего, высокий</i>	<i>Средний</i>	<i>Средний и выше среднего</i>
<i>Место работы</i>	<i>Предприниматели и</i>	<i>Студенты, офисные</i>	<i>Гос. служащие и офисные</i>

	<i>самозанятые</i>	<i>работники</i>	<i>работники</i>
<i>Предпочтения по рекламе</i>	<i>Реклама, включающая в себя мультимедиа и имеющая яркий дизайн</i>	<i>Реклама, имеющая описание цены туристических туров</i>	<i>Реклама, описывающая преимущества туров</i>
<i>Место, где предпочитают встречать рекламу</i>	<i>Поиск информации на форумах в Интернет</i>	<i>Просмотр экспертных блогов в WeChat, QQ и другие</i>	<i>Просмотр экспертных видео в Youku</i>
<i>Использование соц. сети</i>	<i>WeChat</i>	<i>WeChat и Weibo</i>	<i>Weibo</i>
<i>Описание сегмента</i>	<i>Мужчины и женщины от 18 до 50 лет, имеющие доход выше среднего и высокий. Являются предпринимателями либо самозанятыми. Имеют деньги и хотят путешествовать, видеть мир.</i>	<i>Мужчины и женщины от 19 до 30, имеющие средний доход, являются студентками или работают в офисе. Хотят видеть мир.</i>	<i>Мужчины и женщины от 31 до 40 лет, имеющие выше среднего и высокий доход, работают гос. служащими и в офисе. Хотят продолжить свои путешествия по миру.</i>

*Источник: [составлено автором]*

Таким образом, проанализировав ответы респондентов, можно отметить, что китайских потребителей туристских продуктов делятся на три группы каждая, из которых обладает своими особенностями. В Приложении Б представлены портреты китайских потребителей туристических услуг.

Подводя итоги проведенного количественного исследования, можно сделать вывод, что большую долю занимает потребительский сегмент «заядлые путешественники». Отмечено, что для китайских потребителей целесообразно использование в большей степени таких видов туров, как: туры по стране. У китайских потребителей существует два основных направления туристской деятельности: в южные провинции и по местам культурного наследия в Китае.

При выборе тура подавляющее количество китайских потребителей испытывают потребность: наличие полной информации о возможностях тура и сопровождение гида / экскурсовода при реализации тура. Также для китайских потребителей необходимо постоянно разрабатывать новые уникальные маршруты туров в КНР.

Так, отмечается, что при поиске информации китайские потребители выбирают три основных места поиска информации о туристических турах: просмотр экспертных видео в Youku, просмотр экспертных блогов в WeChat, QQ и другие, и поиск информации на форумах в Интернет, а самыми используемыми социальными сетями для изучения информации о туристических турах являются: WeChat и Weibo.

Китайские потребители также отмечают: отсутствие своих страниц (блогов) в социальных сетях у организаций, реализующих туры и отсутствие собственных сайтов у данных компаний, что создает трудности с поиском информации о китайском производителе в социальных сетях в Китае. Можно утверждать, что китайские потребители не всегда переходят по контекстной или таргетированной рекламе для изучения информации о туристических турах. При этом опрошенные заявляют о необходимости, у туроператоров КНР иметь собственные сайты, которые будут содержать информацию о предоставляемых турах и услугах.

Нужно отметить, что важными частями дизайна рекламного поста при использовании таргетированной и контекстной рекламы являются: реклама, имеющая описание цены туристических туров и реклама, описывающая преимущества туров, а факторами, влияющими при изучении сайта компании, реализующей туристические туры на респондентов, являются: наличие информации о туристическом туре и сайт выходит первым в поисковых системах (SEO-оптимизация). Наконец, китайские потребители отметили, не у всех туроператоров имеется вся информация в поисковых сетях, а также наличие информации о туристических турах у лидеров мнений в КНР влияет на желание их приобрести.

Так, оптимальный ценовой диапазон для приобретения туристических туров у китайских потребителей – до 10000 юаней. При этом, самым привлекательным методом повышения лояльности при выборе туристических туров является: возможность приобрести следующий тур со скидкой.

\*\*\*

1. Обязательные к посещению достопримечательности Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://you.ctrip.com/sight/china110000.html>
2. Гао Лайси Система классификации и типовая оценка китайских туристических ресурсов / Лайси Гао, Ву Биху, Лиу Фенг, Фан Еженг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cqvip.com/qk/90059x/200003/4156184.html>
3. Чжоу Яньян Исследование культурных обменов между Китаем и Россией в сфере туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-XBLJ202005008.htm>
4. Министерство культуры и туризма КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mct.gov.cn/>
5. Интерпретация данных: общее количество внутренних туристов в первом полугодии этого года составило 1,455 миллиарда человек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://travel.china.com.cn/txt/2022-07/15/content\\_78325494.html#:~:text=%E6%A0%B9%E6%8D%AE%E5%9B%BD%E5%86%85%E6%97%85%E6%B8%B8%E6%8A%BD%E6%A0%B7%E8%B0%83%E6%9F%A5,%E4%BA%BF%EF%BC%8C%E5%90%8C%E6%AF%94%E4%B8%8B%E9%99%8D26.2%EF%BC%85%E3%80%82](http://travel.china.com.cn/txt/2022-07/15/content_78325494.html#:~:text=%E6%A0%B9%E6%8D%AE%E5%9B%BD%E5%86%85%E6%97%85%E6%B8%B8%E6%8A%BD%E6%A0%B7%E8%B0%83%E6%9F%A5,%E4%BA%BF%EF%BC%8C%E5%90%8C%E6%AF%94%E4%B8%8B%E9%99%8D26.2%EF%BC%85%E3%80%82)
6. Гэ Цюаньшэн Развитие и тенденции географии туризма в Китае / Цюаньшэн Гэ, Линьшэн Чжун, Линь Лу // *Journal of Chinese Ecotourism*. – 2021. – vol.11. – P.1-10. – Режим доступа: <http://www.zgstly.net/CN/abstract/abstract49681.shtml>
7. Chia, K. The nature and challenges of guest house business in the Maldives: An exploratory study // *Tourism and Hospitality Research*. – 2020. – vol.34. – P.123-201.
8. Харченко, Д. Е. Влияние цифровых технологий на поведение потребителей туристских услуг / Д. Е. Харченко // *Фундаментальные и прикладные исследования*. – 2020. – №1. – С.55-75.

**Тихонов В.А., Шалина Д.С.**

**Анализ жизненного цикла, миссии и видения строительной компании  
на примере ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» в  
условиях динамичной экономики**

*ФГОАУ ВО «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-99

**Аннотация**

В современном мире на строительную отрасль оказывается большое давление. В частности, увеличиваются запросы со стороны государства, общества, потребителей и других стейкхолдеров, а также формируются требования в области комплексного освоения и экологичности строительных проектов. В российских реалиях данная ситуация усложняется санкционным давлением, и, как следствие, удорожанием и усложнением строительной деятельности. В данной статье рассмотрены несколько элементов стратегического развития компании ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» и сделаны соответствующие выводы о стратегическом положении компании в условиях динамичной экономики.

**Ключевые слова:** строительство, конкурентоспособность, миссия компании, трансформация, жизненный цикл организации.

**Abstract**

There is a lot of pressure on the construction industry in the modern world. Requests from the state, society, consumers, and other stakeholders are increasing, as well as requirements in the field of integrated development and environmental friendliness of construction projects are being formed. In Russian realities, this situation is complicated by sanctions pressure, and, as a result, the rise in cost and complexity of construction activities. This article discusses several elements of the strategic

development of the company LLC "Specialized developer "Sinara-Development" and draws appropriate conclusions about the strategic position of the company in a dynamic economy.

**Keywords:** construction, competitiveness, company mission, transformation, organization life cycle.

### **Введение:**

Строительство является одним из ведущих секторов мировой экономики, поэтому государство активно поддерживает развитие строительной отрасли в России. 2022 год стал одним из самых плодотворных для российской строительной отрасли. По данным Правительства РФ, всего было введено 102,7 млн м<sup>2</sup> жилья, что составило 111% к соответствующему периоду предыдущего года и стало абсолютным рекордом для отрасли [1]. Однако кроме перспективности развития отрасли, конкуренция в строительстве – есть важный объект исследования для девелоперов. Кроме высоких барьеров входа, к девелоперам повышаются требования развития и застройки территорий: комплексность развития, экологичность, энергоэффективность, комфорт, уникальность, доступность и т. д. Именно поэтому формирование стратегии является одним из важнейших факторов конкурентоспособности компании на рынке строительства [2].

### **Актуальность исследования:**

В связи нестабильными внешними условиями и санкционным давлением западных стран, после начала специальной военной операции (СВО) застройщики столкнулись с рядом проблем: удорожанием строительных материалов, уход зарубежного ПО и отсутствие его технической поддержки, усложнение логистических поставок оборудования и т. д. В совокупности с повышающимися требованиями данные аспекты требуют от компании глубоко анализа всех ее составляющих, для успешной ее трансформации и созданию конкурентоспособной стратегии в условиях неопределенности. В исследовании был проведен анализ девелоперской компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент» как одного из ведущих игроков на строительном рынке Уральского региона.

**Цель** исследования: проанализировать стратегию компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент», выявить ключевые проблемы компании, разработать рекомендации по совершенствованию стратегического управления в компании и повышению ее конкурентоспособности.

**Объект** исследования: ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент».

**Предмет** исследования: Стратегическое положение компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент».

Для реализации цели в рамках данного исследования были поставлены следующие **задачи:**

Провести общий анализ компании, ее текущей стратегии и проектов

Проанализировать миссию и видение компании

Провести анализ жизненного цикла организации по модели Адизеса и Грейнера

В следующем исследовании будут проанализированы аспекты финансового состояния организации, ее внутренней и внешней среды, а также проведен портфельный анализ в рамках холдинга

**Методология** исследования: В исследовании использовались следующие методы исследования – анализ, синтез, индукция, использование научных теорий, проверенных практикой, систематизация найденной информации, сравнение.

### **Результаты исследования**

#### *1. Краткая характеристика компании*

Общество с ограниченной ответственностью Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» – одна из крупнейших строительных компаний Екатеринбурга. Является частью холдинга «Группа Синара». Основной задачей «Синары-Девелопмент» является реализация проектов комплексного освоения территорий (далее – КОТ) в

Свердловской области и других регионах России, а также управление проектами в области жилой и коммерческой недвижимости

На данный момент «Синара-Девелопмент» сформировала необходимый кадровый и материальный состав, имеет свою службу заказчика и проектную организацию. Так компания может реализовывать проекты без привлечения сторонних организаций, а также создавать крупномасштабные знаковые для региона проекты [2].

На 31 августа 2022 года по Свердловской области Синара-Девелопмент занимает 10 место по площади строящихся объектов, и его доля рынка составила 3,28 % [3].

Всего сейчас реализуется 5 жилых комплексов комфорт и комфорт + класса в Екатеринбурге. Жилые комплексы находятся в разных районах города. Также отличаются масштабностью: Амундсена – точечная застройка (бизнес-класс), а Новокольцовский – проект комплексного освоения территорий (комфорт класс). Все ЖК разные, но способные найти своего потребителя. Однако помимо застройки ЖК и ЖД разных классов, Синара-Девелопмент зарекомендовала себя как надежный застройщик социально-значимых инфраструктурных проектов [2].

В ряде реализованных проектов:

#### 1 Реконструкция Центрального стадиона в Екатеринбурге.

На сайте застройщика отмечаются следующие особенности проекта:

- проведение работ в рекордно короткие сроки за 2,4 года;
- работы были выполнены в строгом соответствии с проектом и установленными сроками в рамках государственного контракта;
- в период строительства в разное время на площадке над проектом работали от 500 до 1500 человек.

Опыт: реконструкция спортивных сооружений [2].

#### 2 Реконструкция и реставрация объекта культурного наследия для размещения культурно-выставочного комплекса Синара-центр.

Проект реконструкции культурного наследия требует применения специфических подходов и требований. Компания «Синара-Девелопмент» в рамках федеральной программы по реновации исторических памятников провела масштабную реконструкцию госпиталя, восстановив разрушенные здания и приспособив объект для решения современных задач.

Опыт: реконструкция объектов культурного наследия [2].

#### 3 Строительство конгресс-центра в составе МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО».

Многофункциональный трансформируемый зал с современным техническим оснащением позволяет проводить масштабные общественные мероприятия в различных форматах на самом высоком международном уровне. Зал соответствует всем специфическим требованиям к организации зрелищного пространства по архитектурной акустике, условиям видимости, комфортности и безопасности [2].

Опыт: строительство уникальных социальных объектов.

Таким образом, «Синара-Девелопмент» является востребованным застройщиком на рынке Свердловской области. Компания обладает устоявшейся деловой репутацией, активно участвует в застройке жилых комплексов и домов различного класса, однако большинство из них комфорт и комфорт + класса. Также компания успешно осуществляет реализацию социально-значимых крупномасштабных инфраструктурных проектов. Преобразуя накопленный опыт в знания, компания способна определить наилучший вектор развития и наращивать свой потенциал.

#### 2 Анализ видения и миссии компании

В ходе анализа компании не удалось обнаружить видение, миссию и стратегические цели компании из официальных источников. Данный факт имеет скорее негативную оценку. Регламентация миссии и целей – важный фактор для взаимодействия с потребителем. Так, например, потенциальный конкурент компании «Атомстройкомплекс» на своем официальном

сайте имеет отдельную страницу, где обозначены миссия компании, краткая история компании, отражающие причины ее существования и принципы [4].

- Миссия «Атомстройкомплекс» - Меняем жизнь уральцев к лучшему
- История и причины существования «Атомстройкомплекс» В 1995 году в Екатеринбурге строилось только типовые панельные дома – с одинаковыми квартирами, дворами, отделкой. Тогда Валерий Михайлович Ананьев и Павел Аркадьевич Кузнецов основали компанию «Атомстройкомплекс» – чтобы строить в Екатеринбурге жилье нового типа, способное обеспечить гражданам высокий уровень комфорта и возможности реализовывать собственный жизненный сценарий [4].

Компания Синара-Девелопмент имеет свое видение, миссию и стратегические цели, однако не регламентирует их. Исходя из данного факта, авторами был проведен анализ деятельности компании, ее принципов и разработаны 1) Видение компании 2) Миссия компании

Можно выделить следующие принципы компании:

- Надежный партнер для реализации крупномасштабных проектов;
- 100% объектов сдано в срок с высоким качеством выполнения работ;
- Компания обладает необходимыми кадровыми и материальными ресурсами для реализации крупномасштабных проектов;
- Использование современных технологий;
- Ориентация на международные стандарты.

*Слоган компании:* строим самое важное!

*Видение компании «Синара-Девелопмент» (разработано авторами):*

«Синара – Девелопмент» - высокотехнологичная, устойчивая компания и один из самых надежных застройщиков в Российской Федерации. Мы создаем экологичные, уникальные проекты с лучшими архитектурными решениями, внедряя инновации и становясь передовиками развития строительной отрасли в России. Мы создаем условия, чтобы наши клиенты получили все самое важное в организации своего жизненного пространства, а также имели возможность создавать городскую среду будущего совместно с нами.

*Миссия компании «Синара-Девелопмент» (разработано авторами):*

Создавать чувство уюта, комфорта и безопасности, притворять в жизнь мечту о современном и качественном жилье. Дарить людям счастье, воплощая пространства для жизни и творчества, создавая социально-значимые проекты, а также быть лидером в России по реализации строительства жилых домов для удовлетворения важной потребности жителей в комфортных местах проживания.

### 3 Анализ этапа ЖЦО

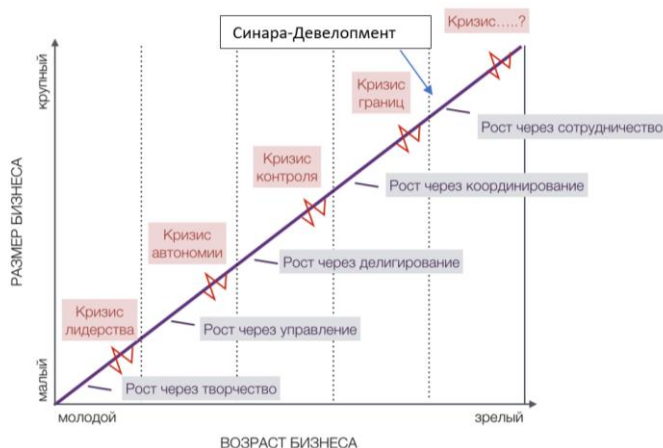


Рисунок 1. Анализ ЖЦО Синара-Девелопмент по Грейнеру.

Анализ компании позволяет сделать вывод, что по модели ЖЦО Грейнера [5] компания находится на стадии сотрудничества:

1. Акцент делается на быстрое решение проблем с помощью командных действий;
2. Представители различных функциональных областей объединяются в проектные группы. Так проходит реализация многих проектов, в том числе реализующийся в данный момент проект для проведения спортивных состязаний в районе Новокольцовский;
3. Внедрена матричная структура управления проектами, в целях создания эффективных команд;
4. Ежедневно, а в некоторых случаях ежедневно проводятся конференции ключевых менеджеров для фокусирования их внимания на основных проблемных вопросах;
5. В последнее время часто используются программы тренингов по разрешению конфликтов и повышению эффективности командной работы;
6. Экономическое вознаграждение в проектах увязывается как с индивидуальными показателями, так и с командными, особенно на финальной стадии реализации проекта;
7. В компании внедрены информационные системы интегрирующиеся в процесс повседневного принятия решений (представлены в пункте технологии компании).

Анализ этапа ЖЦО по Адизесу



Рисунок 2. Анализ ЖЦО Синара-Девелопмент по Адизесу.

Исходя из теории ЖЦО Ицхака Адизеса [6] можно сделать вывод, что организация находится на стадии «Расцвета». Так как Синара-Девелопмент является частью холдинга и работает на рынке строительства уже больше 13 лет, компании присущи следующие признаки:

1. Компания имеет действующую и утвержденную функциональную организационную структуру и матричную структуру управления проектами;
2. Организация осуществляет крупномасштабные проекты, имеет положительную деловую репутацию и удовлетворяет нужды клиентов;
3. Организация имеет стратегические планы и следует им (например, реализация крупномасштабных инфраструктурных проектов и застройка ЖК различного класса);
4. В деятельности организации наблюдается баланс гибкости и контроля: имеется структура внедрения новых разработок, организация активно внедряет



- современные инструменты (ВМ, удаленная работа и т. д.), в то же время в организации внедрены информационные системы обеспечивающие высокий контроль как качества работ, так и работы отдельного сотрудника;
5. Организация в последние годы активно внедряет системы обучения персонала и его развития (оплачивает сторонние курсы, проводит семинары, участвует в мероприятиях по тимбилдингу);
  6. В организации достаточно средств для гибкости реализации стратегии.

**Выводы:**

В исследовании конкурентоспособности строительной компании в динамично меняющемся мире за основу была взята одна из ведущих строительных компаний Уральского региона – Синара-Девелопмент и проанализирована с аспектов ее миссии и стадии жизненного цикла. В целом, рассматривая ООО «СЗ «Синара-Девелопмент» как бизнес-единицу холдинга Синара, можно сделать вывод что компании следует проводить более активную социальную и рекламную политику в отношении ее миссии в регионе, тем самым проводя открытую политику для своих клиентов и контрагентов. Также компании присущи стадии «Расцвета» по Адизесу и стадии «Сотрудничество» по Грейнеру, что говорит о достаточно устойчивом положении компании, сформированных управленческих связях, целостной идентичности. Однако, чтобы продолжать активное развитие компании необходимо формировать свою стратегию согласно изменениям внешней среды, внедрять инновации в свою деятельность, следовать тенденциям развития строительной отрасли и даже задавать их. Кроме того, требуется: постоянное улучшение системы менеджмента, чтобы наряду с ростом компании она не теряла ни гибкость, ни контроль, а также постоянная работа с сотрудниками, помощь в их совершенствовании навыков.

\*\*\*

1. Основные показатели жилищного строительства // Наш.дом.рф URL: [https://наш.дом.рф/аналитика/показатели\\_жилищного\\_строительства](https://наш.дом.рф/аналитика/показатели_жилищного_строительства) (дата обращения: 12.08.2023).
2. О компании. — Текст: электронный // Официальный сайт компании Синара-Девелопмент: [сайт]. — URL: <https://www.sinara-development.ru/company/about/> (дата обращения: 12.08.2023).
3. Аналитические отчёты. — Текст: электронный // Наш.Дом.РФ: [сайт]. — URL: <https://наш.дом.рф/> (дата обращения: 15.08.2023).
4. Миссия // Атомстройкомплекс: [сайт]. — URL: <https://atomsk.ru/company/about/mission/> (дата обращения: 16.08.2023).
5. Торгумбаева Алина Айдарбековна. "Использование теории жизненного цикла Л. Грейнера в анализе российских корпораций" Вестник Челябинского государственного университета, № 2 (436), 2020, с. 277-281.
6. Жизненный цикл организации // abc URL: <https://adizes.ru/life-cycle-of-organization/> (дата обращения: 20.08.2023).

**Тихонов В.А., Шалина Д.С.**

**Анализ финансово-хозяйственной деятельности строительной компании на примере  
ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» в условиях  
неопределенности**

*ФГОАУ ВО «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина  
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-100

**Аннотация**

В современном мире на строительную отрасль оказывается большое давление. В российских реалиях данная ситуация усложняется санкционным давлением, и, как следствие, удорожанием и усложнением строительной деятельности. В данной статье рассмотрен анализ финансово-хозяйственной деятельности компании ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент» и сделаны соответствующие выводы о стратегическом положении компании в условиях динамичной экономики.

**Ключевые слова:** строительство, финансово-хозяйственная деятельность, капитал, неопределенность, стратегия.

### Abstract

There is a lot of pressure on the construction industry in the modern world. In Russian realities, this situation is complicated by sanctions pressure, and, as a result, the rise in cost and complexity of construction activities. This article examines the analysis of the financial and economic activities of the company "Specialized developer "Sinara-Development" LLC and draws appropriate conclusions about the strategic position of the company in a dynamic economy.\

**Keywords:** construction, financial and economic activity, capital, uncertainty, strategy.

### Введение:

В современном мире внешняя среда становится все более турбулентной и неопределенной. Разрушение экономических связей, дестабилизация партнерских отношений, пандемия Covid-19 – все это стало катализатором изменений всех сфер бизнеса в корне. Строительство как один из ведущих секторов мировой экономики, также претерпевает изменения, несмотря на то что данной отрасли довольно сложно трансформироваться. Относительно строительства в Российской Федерации 2022 год стал одним из самых плодотворных. В целом, несмотря на все ограничения и трудности, российский строительный рынок из года в год наращивает объемы и по данным Правительства РФ, всего за 2022 год было введено 102,7 млн м<sup>2</sup> жилья, что составило 111% к соответствующему периоду предыдущего года и стало абсолютным рекордом для отрасли [1]. Исследование факторов успеха строительных компаний в условиях новых вызовов – важный аспект изучения как для девелоперов, так и для всех стейкхолдеров. Кроме увеличивающейся экономической нагрузки к девелоперам повышаются требования развития и застройки территорий. Таким образом, потребитель требует новых подходов к комплексному освоению территорий, экологичности и уникальности новых жилых комплексов. Именно поэтому формирование стратегии и инструменты для ее достижения, а также меры оперативных изменений являются важнейшими факторами конкурентоспособности компании на рынке строительства [2].

### Актуальность исследования:

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия в сопоставлении с событиями и внедрёнными технологиями – есть важный элемент анализа для формирования выводов об эффективности используемых стратегий и инструментов. В исследовании был проведен анализ девелоперской компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент» как одного из ведущих игроков на строительном рынке Уральского региона.

**Цель** исследования: проанализировать финансово-хозяйственную деятельность компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент» в период трансформаций, выявить ключевые проблемы компании, разработать рекомендации по совершенствованию стратегического управления в компании и повышению ее конкурентоспособности.

**Объект** исследования: ООО «Специализированный застройщик «Синара-Девелопмент».

**Предмет** исследования: Стратегическое положение компании ООО «СЗ «Синара-Девелопмент».

Для реализации цели в рамках данного исследования были поставлены следующие **задачи:**

1. Провести вертикальный и горизонтальный анализ активов и пассивов баланса
2. Проанализировать отчет о финансовых результатах
3. Провести анализ рентабельности различных показателей

В следующем исследовании будут проанализированы аспекты финансового состояния организации, ее внутренней и внешней среды, а также проведен портфельный анализ в рамках холдинга

**Методология** исследования: В исследовании использовались следующие методы исследования – анализ, синтез, индукция, использование научных теорий, проверенных практикой, систематизация найденной информации, сравнение.







**Результаты** исследования

Для того чтобы определить, насколько успешно организация осуществляет свою деятельность в качестве одного из инструментов был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности «Синара-Девелопмент», чтобы проследить за динамикой основных финансовых показателей компании и сделать соответствующие выводы [3, 4, 5].

Анализ финансовой деятельности осуществлялся на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Таблица 1

## Изменение внеоборотных активов в 2020–2021 гг.


Динамика показателя	Описание
 Нематериальные активы в 1,3 раза	В организации сократились нематериальные активы и снизилось их приобретение (инвестиции в данные активы). Снижение нематериальных активов может способствовать снижению деловой активности предприятия
 Основные средства в 2,5 раза	Снижение основных средств свидетельствует об их выбытии и отсутствии введения новых
 Доходные вложения в материальные ценности в 4 раза	Увеличение говорит о том, что предприятие увеличивает развитие такого вида деятельности, как предоставление за плату во временное владение материальных ценностей
 Финансовые вложения в 1,3 раза	Данное изменение было вызвано увеличением суммы паев в 1,4 раза и суммы выданных долгосрочных займов в 1,1 раза. В целом увеличение долгосрочных финансовых вложений указывает на отвлечение средств из основной производственной деятельности предприятия
 Отложенные налоговые активы в 2,5 раза	Из отчета о финансовых результатах видно, что чистая прибыль сократилась, а значит сокращение налоговых активов не является негативным явлением для предприятия, это следствие
 Прочие внеоборотные активы в 1,2 раза	В прочие внеоборотные активы относится право аренды земельных участков. В связи с появлением новых земельных участков для строительства объектов увеличилось и право аренды, что свидетельствует об активной производственной деятельности предприятия






В целом стоимость внеоборотных активов увеличилась в 1,4 раза. Данное изменение вызвано увеличением доходных вложений в материальные ценности, финансовых вложений и прочих внеоборотных активов.

Изменение оборотных активов представлено в таблице 2.

Таблица 2

## Изменение оборотных активов в 2020–2021 гг.

Динамика показателя	Описание
 Запасы в 2,7 раза	Запасы значительно изменилась в сторону увеличения. При этом выручка сократилась в 3 раза. Тогда, увеличение запасов может говорить о снижении оборачиваемости и платёжеспособности компании. Однако увеличение вызвано ростом затрат на строительство по проектам, что показывает повышение деловой активности предприятия. Расходы будущих периодов почти не изменились
Готовая продукция	Сокращение размера готовой продукции может быть вызвано неверным

 в 1,2 раза	<p>прогнозом объема продаж (объем производства был ниже спроса). Запасы готовой продукции покрыли разницу между планируемым и фактическим объемом продаж.</p> <p>При этом сократился удельный вес готовой продукции в общем количестве запасов, что является положительной тенденцией</p>
<p>Материалы</p>  в 4 раза	<p>Данное изменение может свидетельствовать о сокращении производства, что является негативным фактором. Однако в 2021 году активно велось строительство по проектам, что и могло стать причиной сокращения запасов материалов</p>
 Дебиторская задолженность в 2,3 раза	<p>Увеличение дебиторской задолженности является отрицательным показателем.</p> <p>На фоне сокращения выручки увеличение дебиторской задолженности свидетельствует о том, что покупатели компании стали позже оплачивать свои счета, то есть произошло увеличение дней отсрочки. Увеличились косвенные потери в доходах предприятия.</p> <p>Причиной данного изменения стало увеличение весомой по удельному весу статьи расчетов с разными дебиторами и кредиторами в 2,5 раза. Другие статьи занимают небольшую долю в общей стоимости дебиторской задолженности, поэтому они не оказали сильного влияния на общее ее изменение.</p> <p>Стоит отметить, что увеличение по расчетам с поставщиками и подрядчиками вызвано активным строительством многих объектов в 2021 году.</p>
 Финансовые вложения в 41 раз	<p>Финансовые вложения состоят из предоставленных в займы. Это означает, что исследуемое предприятие увеличило сумму выданных займов (средства отвлекаются из основной деятельности)</p>
 Денежные средства и денежные эквиваленты в 3,4 раза	<p>Денежные средства и денежные эквиваленты значительно увеличились. Сумма денежных средств на расчетном счете увеличилась в 1,5 раза, и появились аккредитивы</p>

Оборотные активы увеличились в 3 раза, возросла их доля в структуре имущества, что является позитивным явлением. Однако оборачиваемость активов значительно снизилась, то есть оборотные средства стали использоваться менее эффективно и интенсивно. В целом имущество предприятия значительно увеличилось.

Далее рассмотрена структура капитала в 2020–2021 гг. (рисунок 1).

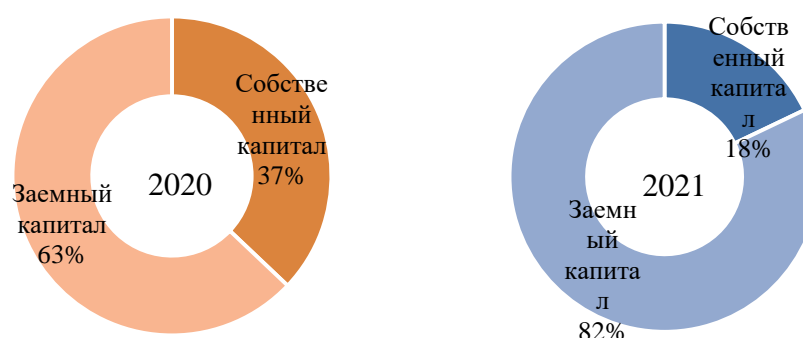


Рисунок 1. Структура капитала в 2020 и 2021 гг., %.

Большую долю капитала в 2020 и 2021 году занимал заемный капитал. По сравнению с 2020 годом доля собственного капитала значительно сократилась: с 37 % до 18 %. При этом динамика роста наблюдается у всего капитала. Увеличение собственного капитала в 1,2 раза вызвано увеличением нераспределенной прибыли в 1,3 раза. Это означает, что увеличились денежные средства, направленные на развитие производства.

Заемный капитал увеличился в 3 раза. Общая величина капитала увеличилась, что позволяет сделать вывод о наличии дополнительных источников для развития капитала предприятия. Также увеличение обусловлено началом строительства новых объектов.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия был посчитан собственный оборотный капитал (далее – СОК) и сопоставлен с материальными запасами (далее – МЗ). Собственный оборотный капитал в 2021 году больше, чем материальные запасы. Данное соотношение показывает, что в 2021 году компания имела абсолютную финансовую устойчивость. Остатки собственных оборотных средств шли на улучшение производства или покупку дополнительных запасов.

Общий баланс предприятия увеличился в 2,4 раза, то есть активы и пассивы предприятия увеличиваются. Рост валюты баланса свидетельствует о наращивании производственного потенциала предприятия. Следствием роста баланса может быть увеличение деловой активности предприятия и сокращение потерь от обесценивания активов.

Анализ отчета о финансовых результатах показал снижение важных показателей: выручки и чистой прибыли. Объем продаж значительно снизился в 2021 году. Как следствие, снизилась себестоимость продаж, валовая прибыль и чистая прибыль (рисунок 2).

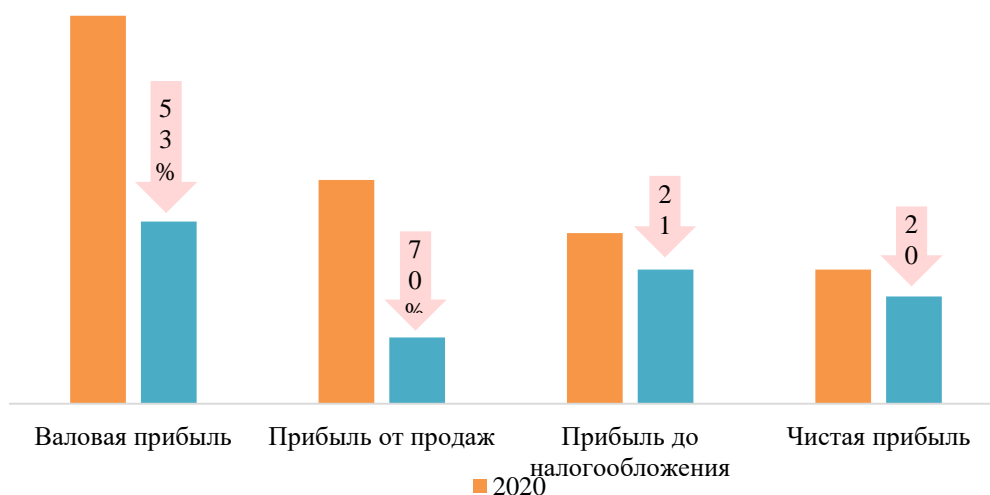


Рисунок 2. Динамика прибыли в 2020–2021 гг., тыс. руб.

Анализ финансовых результатов за 4 года показал, что присутствует тенденция ежегодного снижения и увеличения показателей выручки и прибыли. Данное явление можно объяснить зависимостью продаж от стадии строительства объектов. Также этот факт подтверждается цикличностью снижения и возрастания показателей ЕВИТ, чистой прибыли и выручки.

	2019	2020	2021
<b>Операционные показатели</b>			
Объем продаж, тыс. м <sup>2</sup>	61	57	52
Объем продаж, млн руб.	3914	4052	4581
Объем в строительстве в течение года, тыс. м <sup>2</sup>	169	173	243
<b>Финансовые показатели</b>			
Выручка, млн руб.	4341	4257	3539
ЕВИТДА, млн руб.	587	736	886
Рентабельность по ЕВИТДА, %	14	17	25

Рисунок 3. Основные финансовые показатели Синара-Девелопмент (2019-2021 гг.).

Можно заметить, что объем продаж выражаемый в тыс. м.кв. с 2019 г. по 2021 г. снижается, однако одновременно объем продаж выражаемый в млн. руб. неуклонно растет. Это говорит об увеличении стоимости 1 кв. метра компании и одновременно об увеличении эффективности компании. Это также подтверждается тем, что в течение периода с 2019 г. По 2021г. наблюдается снижение выручки, однако при этом неуклонно растет показатель EBITDA, а также показатель рентабельности по EBITDA.

Экспресс-анализ показал, что исследуемое предприятие, являясь крупным застройщиком, постепенно развивается и активно занимается строительством и продажей своих жилых домов, при этом улучшая эффективность своей деятельности.

В рамках анализа хозяйственной деятельности был проведен комплексный анализ рентабельности деятельности компании (рисунок 5).

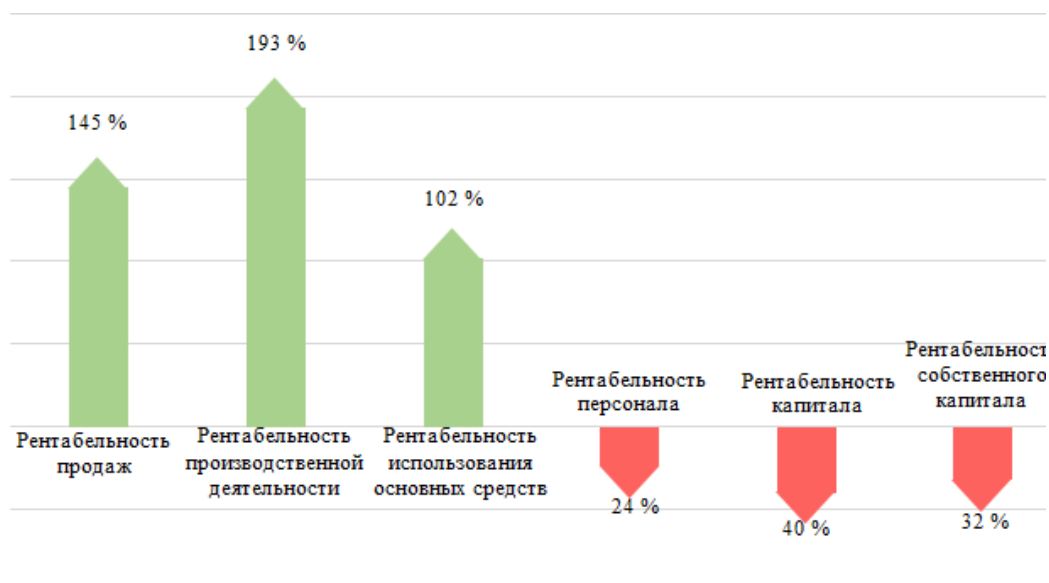


Рисунок 5. Динамика показателей рентабельности деятельности предприятия в 2021 г.

Таким образом, в 2021 году предприятие работало эффективнее, чем в 2020 году, что подтверждается следующими показателями:

- увеличением рентабельности продаж. В 2021 году для получения 46 руб. чистой прибыли потребовалось 100 руб. выручки;
- увеличением рентабельности производственной деятельности. В 2021 году на 1 руб. затрат приходилось 3,4 рубля прибыли;
- увеличением эффективности использования основных средств. В 2021 году предприятие стало получать прибыль в размере 208 руб. с 1 рубля основных средств.

Однако есть небольшое снижение рентабельности по персоналу, то есть снизилась производительность труда. Снизилась рентабельность авансируемого капитала, значит, менеджмент предприятия стал менее эффективно использовать весь капитал предприятия. Также понизилась эффективность использования собственных источников финансирования предприятия.

#### *Выводы финансового и хозяйственного анализа предприятия*

Анализ финансовой и хозяйственной деятельности предприятия показал, что предприятие финансово устойчиво, имеет активную производственную деятельность, обладает резервами для критических ситуаций и имеет возможность для оптимизации расходов.

\*\*\*



2. О компании. — Текст: электронный // Официальный сайт компании Синара-Девелопмент: [сайт]. — URL: <https://www.sinara-development.ru/company/about/> (дата обращения: 12.08.2023).
3. Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит // Audit-it.ru [сайт]. — URL: [https://www.audit-it.ru/contragent/1136685019723\\_ooo-spetsializirovannyy-zastroyschik-sinara-development#events](https://www.audit-it.ru/contragent/1136685019723_ooo-spetsializirovannyy-zastroyschik-sinara-development#events) (дата обращения: 10.12.2022). — Текст: электронный.
4. Контур.Фокус [сайт]. — URL: <https://focus.kontur.ru/> (Дата обращения: 11.12.2022) — Текст: электронный.
5. Карта организации. — Текст: электронный // Государственный информационный ресурс бухгалтерской отчетности: [сайт]. — URL: <https://bo.nalog.ru/> (дата обращения: 13.12.2022).

**Урсова А. Б., Урсова В.И.**

**Совершенствование финансовой обеспеченности местных бюджетов в современных экономических условиях**

*Северо-Кавказская государственная академия  
(Россия, Черкесск)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-101*

**Аннотация**

В данной статье говорится о том, что при комплексном, оперативном, действенном анализе бюджетных показателей можно добиться реальных изменений как в структуре финансовых ресурсов муниципальных образований, так и в порядке их формирования и использования.

**Ключевые слова:** экономический кризис, местный бюджет, бюджетная обеспеченность, финансовая устойчивость, региональный бюджет.

**Abstract**

This article says that with a comprehensive, operational, effective analysis of budget indicators, it is possible to achieve real changes both in the structure of financial resources of municipalities and in the order of their formation and use.

**Keywords:** economic crisis, local budget, budget security, financial stability, regional budget.

В настоящее время российское местное самоуправление находится на важнейшем этапе своего развития. С одной стороны, это связано с продолжением работы по реализации в действующем законодательстве конституционных положений о вхождении муниципальных органов власти в единую систему публичной власти, с другой — проводимая в стране масштабная работа по обеспечению повышения устойчивости экономики и социальной защищённости граждан в условиях внешнего давления требует слаженных и скоординированных действий всех уровней власти. У местного самоуправления здесь особая ответственность. Муниципальные органы власти, как самые близкие к людям, непосредственно решают жизненно важные вопросы — от обеспечения порядка в ЖКХ и благоустройства до развития инфраструктуры. Во многом от них зависит реализация государственных задач на местах. Поэтому очень важно, что местное самоуправление стало полноценным уровнем публичной власти, имеющим чётко определённую сферу компетенции, а также прочную финансовую базу, позволяющую эффективно выполнять свои задачи в интересах населения.

Поэтому к показателям бюджетной обеспеченности можно отнести следующие:

- т.е. базовое значение расходов местного бюджета не должно превышать объем доходов бюджета;
- показатели доходного потенциала местного бюджета;
- показатели бюджетной обеспеченности;

Показатели бюджетной обеспеченности и их пороговые значения приведены ниже.



Таблица 1

## Индикаторы бюджетной обеспеченности и их пороговые значения.

Индикатор	Пороговое значение
1. Сбалансированность бюджета – соответствие расходов доходам бюджета, дефицит (-) /профицит (+)	Менее 0
2. Бюджетная обеспеченность по расходам на социально-культурные мероприятия в расчете на 1 жителя, сумм.	Уровень, не обеспечивающий выполнение финансовых нормативов по социально-значимым расходам
3. Удельный вес расходов на социально- культурные мероприятия в структуре расходов бюджета	Самый низкий уровень среди муниципалитетов региона
4. Эластичность социально значимых расходов по отношению к доходам бюджета	Самый низкий уровень среди муниципалитетов региона

Предлагаемая методика основана на расчете показателей бюджетной обеспеченности на основе четырех показателей. Таким образом, количественные значения каждого показателя определяются на основе показателей расходов, и полученные результаты сравниваются с установленными налоговыми критериями.

Для определения финансовой устойчивости местных бюджетов может быть использована альтернативная методология, основанная на следующей системе бюджетных и экономических показателей:

- 1) показатели, характеризующие динамику структуры доходов местных бюджетов и их соотношения (собственные и регулирующие доходы, соотношение налоговых и неналоговых доходов, доля собственных доходов в общем объеме доходов бюджета);
- 2) абсолютные и относительные показатели финансового баланса региона;
- 3) пропорциональные показатели бюджетных доходов и расходов (отношение текущих расходов к инвестициям, отношение собственных доходов к текущим расходам, отношение общего объема заимствований к бюджету развития);
- 4) анализ ритмичности бюджетных расходов в рамках текущего бюджета;
- 5) показатели ликвидности регионального бюджета, характеризующие степень фактического денежного исполнения доходов и расходов.

Устойчивое (безопасное) финансовое положение характеризуется достаточностью собственных средств, финансовой сбалансированностью и приоритетами финансирования социально-культурной сферы.

- 1) Величина собственных доходов (Дс) - включая постоянно устанавливаемые налоговые и неналоговые доходы;
- 2) Размер регулирующих доходов (Др) - включая налоговые доходы, распределяемые на временной основе и по дифференцированным нормативам; и
- 3) Дополнительные финансовые ресурсы (ИД) для снижения бюджетной напряженности - имеются в виду внебюджетные и заемные средства; и
- 4) Бюджетный долг (З) - дефицит бюджета.

Согласно методике, предложенной Г.Б. Поляком, степень устойчивости местного бюджета определяется по следующей формуле

$$R_m = D_c + D_r + Ид,$$

где Дс – размер собственных доходов, Др – размер регулирующих доходов, Ид – дополнительные источники, ослабевающие бюджетную напряжённость.

Для более полного понятия сущности данной методики на рис. 2 приведены показатели, характеризующие виды степени устойчивости и безопасности местных бюджетов.

Возможны и следующие количественные критерии для определения степени устойчивости местного бюджета (таблица 2).

Таблица 2

## Показатели финансовой устойчивости.

№	Виды финансовой устойчивости	Показатели, характеризующие финансовую устойчивость		
1	Абсолютно устойчивое состояние бюджета	$Дс / Д = 60-70\%$	$Др / Д = 30-40\%$	$З / Р = 10-15\%$
2	Нормальное состояние бюджета	$Дс / Д = 40-50\%$	$Др / Д = 50-60\%$	$З / Р = 30-35\%$
3	Неустойчивое состояние	$Дс / Д = 5-10\%$	$Др / Д = 90-95\%$	$З / Р = 40-50\%$
где $Д$ – общая сумма бюджетных доходов, $Р$ – общая сумма бюджетных расходов, $Дс$ – собственные доходы местных бюджетов, $Др$ – регулирующие доходы местных бюджетов, $З$ – бюджетная задолженность (в % к планируемым расходам бюджета).				

Данная методика в отличие от методики Г.Б. Поляка носит количественную оценку показателей, так, например, при доле собственных доходов в доходах местного бюджета в размере 60%, а доле регулирующих – 30%, при бюджетной задолженности в пределах 10% можно говорить об абсолютно устойчивом виде финансовой устойчивости.

Этот метод также полезен для оценки устойчивости местных бюджетов.

Бюджетные коэффициенты могут быть использованы в качестве инструмента для анализа бюджетов. При анализе устойчивости муниципальных финансов в качестве показателя предлагается использовать коэффициенты, характеризующие бюджетный потенциал. Под бюджетным потенциалом предлагается понимать потенциальную возможность накопления финансовых ресурсов в бюджетной системе.

На сегодняшний день федеральное законодательство позволяет субъектам Российской Федерации устанавливать дополнительные отчисления от сумм налоговых доходов. В 2020 году 80 регионов по 8 видам налогов и сборов установили дополнительные нормативы для местных бюджетов. Благодаря этому в бюджеты муниципалитетов поступило 222 млрд. рублей налоговых доходов.

Больше всего региональных решений об установлении дополнительных нормативов было принято в отношении налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения (далее — УСН) (55 субъектов Российской Федерации), и налога на добычу прочих полезных ископаемых (15 субъектов Российской Федерации). Однако только 13 регионов установили нормативы отчислений по налогу на имущество организаций, 4 региона — по налогу на прибыль организаций, 11 регионов — по транспортному налогу, 15 регионов — по налогу на добычу общераспространённых полезных ископаемых, 6 регионов — по налогу на игорный бизнес, 55 регионов — по налогу, взимаемому в связи с применением УСН, 8 регионов — по налогу на добычу прочих полезных ископаемых и 5 регионов — по отдельным акцизам от подакцизных товаров (за исключением акцизов на нефтепродукты).

Представители Минфина России предлагают регионам активнее пользоваться данным механизмом. Однако ряд экспертов считают, что механизм закрепления налоговых отчислений в местные бюджеты будет более эффективен в случае, когда установлено прямое федеральное регулирование отчислений в местные бюджеты.

Необходимость перехода к среднесрочному бюджетному прогнозированию обусловлена тем, что ежегодное планирование затрудняет повышение качества бюджетных услуг, а также возникающей необходимостью более полно учитывать влияние мер бюджетной политики на ключевые макроэкономические показатели (в первую очередь на формирование и использование корпоративных финансовых ресурсы, доходы домашних хозяйств и показатели платежного баланса). Это обусловлено.

Кроме того, переход к среднесрочным бюджетам повышает предсказуемость и прозрачность бюджетного процесса, а также финансовую стабильность и независимость местных бюджетов.

\*\*\*

1. Поляк, Г.Б. Бюджетная система РФ: учебник для студентов вузов / Г.Б. Поляк- 3-е изд., перераб. И доп. - М.: Юнити, 2010. - 703 с.
2. Куклин А. А., Шипицына С. Е., Наслунга К. С. Сопоставление эффективности бюджетного финансирования и социальной безопасности региона/А.А. Куклин, С.Е. Шипицына, К.С. Наслунга // Экономика региона. - 2016.- №3. С.638-653.
3. Хамурадов М. А. Проблемы и основные направления совершенствования формирования и исполнения бюджета муниципального образования/ М. А. Хамурадов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №11-3. – С.132-136.
4. Шеркузиева, Н. А. Роль и значение местных бюджетов в бюджетной системе финансов Республики Узбекистан / Н. А. Шеркузиева // Молодой ученый. — 2016. — № 15 (119). — С. 330-332.

**Чечурина М. Н., Гапоненкова Н. Б., Минаева А. Р.**

**Определение инновационного потенциала предприятия на основе Excel-модели**

*ФГАУ ВО «Мурманский Арктический университет»*

*(Россия, Мурманск)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-102*

#### **Аннотация**

В статье проведен аналитический обзор категории «инновационный потенциал»; показателей, характеризующих инновационный потенциал предприятия, и их оценку. Авторы предлагают считать, что инновационный потенциал – это способность организации создавать реальные ценности, совершенствующие общество. Выявлены проблемы в возможности практического использования (оценки и повышения уровня) инновационного потенциала организациями. Предложен алгоритм оценки инновационного потенциала предприятия с помощью Excel-модели, который является основой для определения интегрального показателя, включающего как количественные, так и качественные показатели.

**Ключевые слова:** инновационный потенциал, оценка инновационного потенциала, группы показателей инновационного потенциала.

#### **Abstract**

The article provides an analytical review of the category "innovation potential"; indicators characterizing the innovative potential of the enterprise, and their assessment. The authors suggest that innovation potential is the ability of an organization to create real values that improve society. Problems in the possibility of practical use (assessment and to increase the level of) of innovative potential by organizations are identified. An algorithm for assessing the innovative potential of an enterprise using an Excel model is proposed, which is the basis for determining an integral indicator that includes both quantitative and qualitative.

**Keywords:** innovation potential, assessment of innovation potential, groups of indicators of innovation potential.

Опережающее развитие и создание конкурентных преимуществ организации практически во всех сферах экономики достигается путем активного внедрения инноваций, разработки и реализации инновационной стратегии. Так как инновационная активность предприятия является инструментом создания конкурентных преимуществ, то готовность предприятия к инновационным преобразованиям можно определить исходя из величины его инновационного потенциала. Для управления формированием и развитием инновационного потенциала необходима его количественная и качественная оценка. Однозначного подхода к оценке инновационного потенциала нет, а существующие методики оценки инновационного

потенциала уделяют недостаточно внимания исследованию факторов, определяющих инновационный потенциал и анализу критериев его оценки. Поэтому актуальность темы исследования обусловлена необходимостью создания четко проработанной и обоснованной методики оценки инновационного потенциала организации, разработки интегрального показателя инновационного потенциала.

В силу того, что современный этап развития характеризуется значительными темпами научно-технического прогресса, инновационные стратегии должны постоянно пересматриваться, поскольку динамично меняется внешнее окружение бизнеса, возникают новые возможности и угрозы. Существуют различные понятия инновационного потенциала и, несмотря на наличие большого интереса к всестороннему рассмотрению представленной дефиниции, в научной литературе до сих пор нет единого подхода к определению инновационного потенциала и расчету его величины.

В настоящее время существуют следующие проблемы в реальной возможности практического использования (оценки и повышения уровня) инновационного потенциала организациями:

- отсутствие однозначного определения «инновационного потенциала» как экономической категории;
- составляющие деятельности организации и ее внешней среды, влияющие на величину инновационного потенциала;
- методы расчета величины инновационного потенциала;
- интегральный показатель величины инновационного потенциала организации.

Рассмотрим возможные варианты решения этих проблем.

1. Понятие «инновационный потенциал» для роста системы за счет инноваций было впервые введено К. Фрименом в 1970-80-х годах. Он считал, что инновации – это система мер по проектированию, разработке, использованию и истощению экономического, социального и институционального потенциала, лежащих в основе инноваций [7].

Рассмотрим некоторые определения категории «инновационный потенциал» организации.

Коллектив авторов под руководством В. Баранчеева [2] определяет инновационный потенциал организации как меру готовности к выполнению задач, обеспечивающих достижение инновационных целей компании.

Б. К. Лисин и В. Фридлянов [5] дают следующее определение инновационного потенциала предприятия: это совокупность научных, технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социокультурных и других возможностей, обеспечивающих восприятие и внедрение инноваций.

Б. А. Патеев [6] считает, что инновационный потенциал компании представляет собой смесь информационных, технических и технологических, интеллектуальных, пространственных, финансовых, организационных, управленческих, юридических и деловых ресурсов, образующих единую систему для возникновения и развития идей, обеспечивающих конкурентоспособность конечных продуктов или услуг в соответствии с целями и стратегией компании.

С. В. Кортков [4] рассматривает инновационный потенциал как совокупность ресурсов, содержащих человеческие ресурсы, материально-техническую базу, финансы, менеджмент, достаточную для реализации полного инновационного цикла и удовлетворения выявленных потребностей в инновациях. Инновационный потенциал компании часто рассматривается как набор ресурсов с разной степенью детализации.

Подводя итог обсуждению методологической сущности инновационного потенциала, можно сделать вывод, что инновационный потенциал – это не только ресурсы, используемые для инновационной деятельности, но и инновационные механизмы, позволяющие повысить уровень инновационного потенциала.

Обобщение приведенной информации по двум категориям: «потенциал» и «инновация» позволяет сделать вывод о том, что инновационный потенциал предприятия – это совокупность факторов внешней и внутренней среды предприятия, использование которых позволит качественно изменить само предприятие, выпускаемую им продукцию и процесс удовлетворения потребностей клиентов. В данном понятии объединились две противоположные категории: потенциал как будущая возможность и инновация как реализованное и принятое обществом новшество. Следовательно, инновационный потенциал – это способность организации создавать реальные ценности, совершенствующие общество.

2. В работе Е. В. Захарова [3] выделены наиболее характерные 4 группы показателей инновационного потенциала:

1. 1 группа – характеризует наличие производственно-технических ресурсов у предприятия, которые необходимы для инновационной деятельности;
2. 2 группа характеризует наличие у предприятия финансово-управленческих ресурсов;
3. 3 группа – характеризует факторы инновационной активности предприятия (возможность, готовность предприятия к инновациям);
4. 4 группа характеризует информационную обеспеченность предприятия.

В работе [8], кроме этих показателей, введены также показатели внешней среды предприятия: конкурентоспособность организации (доля рынка продукции организации) и участие организации в реализации «принципа тройной спирали»: взаимодействия государства, науки и бизнеса, либо государственно-частного партнерства (принцип «двойной спирали» - взаимодействие государства и бизнеса).

Исходя из сущности инновационного потенциала и опираясь на факторы его характеризующие, в данной работе выделим следующие составляющие инновационного потенциала предприятия:

- кадровый потенциал;
- финансовый потенциал;
- производственно-технологический потенциал;
- научно-технический потенциал;
- организационно-управленческий потенциал.

Следует отметить, что существует ряд факторов, характеризующих инновационный потенциал предприятия, который не поддается количественному измерению. К таким факторам можно отнести: готовность сотрудников предприятия к инновационным преобразованиям, наличие системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности.

3. Для того чтобы эффективно использовать инновационный потенциал предприятия, необходимо оценить его текущее состояние и возможности.

Существуют различные методики оценки инновационного потенциала предприятия. Одни ученые и специалисты отдают предпочтение балльным, преимущественно экспертным методам оценки (например, [1]), другие используют для этой цели статистические, количественные (расчетные) данные (например, [8]). Однако, учитывая, что ряд компонентов, характеризующих инновационный потенциал предприятия, не поддается количественному измерению, в некоторых методиках используется смешанный вариант, как в данной работе.

Отдельное внимание стоит уделить методу экспертных оценок. Этот метод комплексный, то есть, учитывает и качественные, и количественные показатели, что позволяет в полной мере проанализировать состояние предприятия, получить разностороннюю и компетентную оценку, обозначить возможные сценария развития и выбрать наилучший из них. Однако метод экспертных оценок имеет свои недостатки, этот способ оценки инновационного потенциала предприятия достаточно трудоемкий, чтобы собрать и проанализировать все материалы и заключения экспертов требуется много временных и технических ресурсов, кроме того, результат будет зависим от субъективного мнения и уровня компетентности эксперта.

Рассмотрим более подробно качественные и количественные параметры для оценки инновационного потенциала предприятия.

Таблица 1

*Качественные показатели оценки инновационного потенциала.*

<i>Составляющие</i>	<i>Показатели</i>	<i>Характеристика показателя</i>
<i>Кадровый потенциал</i>	<i>Выделение времени персоналу на разработку инноваций</i>	<i>Характеризует наличие у персонала времени на обсуждение идеи и разработку инноваций</i>
	<i>Готовность сотрудников предприятия к инновациям</i>	<i>Определяет уровень готовности сотрудников предприятия проявлять творческую активность, осуществлять инновационную деятельность</i>
<i>Производственно-технологический потенциал</i>	<i>Наличие специализированных помещений для научных исследований</i>	<i>Характеризует наличие специализированных помещений и оборудования для проведения НИОКР</i>
<i>Организационно-управленческий потенциал</i>	<i>Степень соответствия организационной структуры предприятия и системы управления задачам инновационного процесса</i>	<i>Определяет степень соответствия существующей на предприятии организационной структуры и системы управления задачам инновационного процесса, что подразумевает, например: наличие в организационной структуре подразделений, занимающихся разработкой инноваций</i>
	<i>Наличие системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности</i>	<i>Определяет наличие и степень соответствия реализуемой на предприятии системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности сотрудников</i>

Количественные показатели, характеризующие готовность и способность предприятия к инновационной деятельности, представлены в таблице 2.

Таблица 2

*Количественные показатели оценки инновационного потенциала.*

<i>Составляющие</i>	<i>Показатели</i>	<i>Характеристика показателя</i>
<i>Кадровый потенциал</i>	<i>Доля работников, занятых исследованиями и разработками</i>	<i>Показывает удельный вес работников, занятых исследованиями и разработками, в общем количестве работников предприятия в отчетном периоде</i>
	<i>Доля сотрудников, имеющих высшее образование</i>	<i>Показывает удельный вес работников, имеющих высшее образование, в общем количестве работников предприятия в отчетном периоде</i>
	<i>Доля работников с учеными степенями и званиями</i>	<i>Показывает удельный вес работников, имеющих ученые степени и звания, в общем количестве работников предприятия в отчетном периоде</i>
	<i>Доля работников, прошедших обучение</i>	<i>Показывает удельный вес работников, прошедших обучение или повысивших квалификацию в отчетном периоде</i>
	<i>Затраты на обучение персонала</i>	<i>Показывает удельный вес затрат на обучение персонала в общем объеме затрат на технологические инновации</i>
<i>Финансово-экономический потенциал</i>	<i>Обеспеченность собственными оборотными средствами</i>	<i>Определяет степень обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами, которые необходимы для поддержания финансовой устойчивости</i>

	Финансовая независимость	Характеризует долю активов организации, которая обеспечена собственными средствами. Чем выше значение представленного показателя, тем больше вероятность погашения обязательств предприятия за счет собственных средств
	Рентабельность активов	Показатель, отражающий эффективность использования активов компании для генерации выручки
	Фондоотдача	Показывает, какая доля выручки предприятия приходится на 1 рубль основных средств. Также данный показатель характеризует эффективность эксплуатации основных средств предприятия
Производственно-технологический потенциал	Освоение новой техники	Характеризует способности предприятия по освоению новых производств
	Освоение новой продукции	Характеризует способности предприятия по выпуску инновационной продукции
	Затраты на приобретение оборудования	Показывает долю затрат на приобретение машин и оборудования в общем объеме затрат на технологические инновации
	Затраты на приобретение технологий	Показывает долю затрат на приобретение технологий в общем объеме затрат на технологические инновации
Научно-технический потенциал	Обеспеченность интеллектуальной собственностью	Характеризует наличие объектов интеллектуальной собственности на предприятии
	Коэффициент освоения инноваций	Характеризует долю внедренных инноваций в общем количестве разработанных новшеств
	Затраты на НИОКР	Показывает долю затрат на исследования и разработки в общем объеме затрат на технологические инновации

Предлагаемая методика оценки инновационного потенциала основана на расчете и оценке общего интегрального показателя, который отражает уровень инновационного потенциала предприятия. Для расчета ранее выбранного комплекса показателей и нахождения на их основе интегрального показателя была создана математическая модель обоснования интегрального показателя в программе Microsoft Excel. Программа Excel была выбрана для разработки математической модели в силу своей универсальности и широкой распространенности, которая имеет огромное количество функций, позволяющих проводить анализ данных любой сложности.

Алгоритм проведения оценки инновационного потенциала предприятия с помощью математической модели оценки интегрального показателя представлен на рисунке 1.

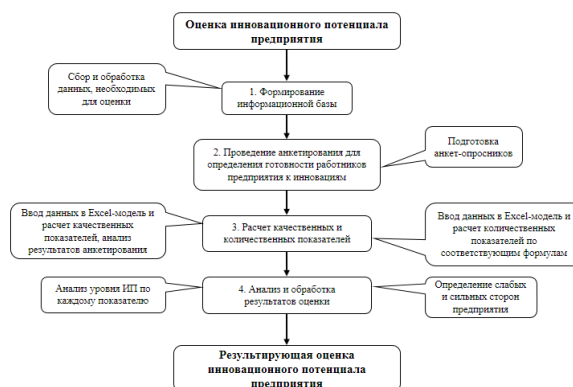


Рисунок 1. Алгоритм оценки инновационного потенциала предприятия с помощью Excel-модели.



Таблица 3

**Формулы и критерии расчета показателей инновационного  
потенциала предприятия.**

Наименование показателя	Формула расчета показателя	Условное обозначение	Критерии оценки
<i>Кадровый потенциал</i>			
Выделение персоналу времени для разработки инноваций	$P_1$	$P_1$ – показатель наличия у персонала времени на разработку инноваций, степень загруженности текущими рабочими вопросами	1 – отсутствие времени, выделенного на инновации, 2 – наличие нерегламентированного времени, 3 – наличие встреч реже одного раза в месяц, 4 – наличие встреч чаще одного раза в месяц
Доля работников, занятых исследованиями и разработками	$P_2 = \frac{\text{Ч}_{\text{ниокр}}}{\text{Ч}_{\text{общ}}}$	$\text{Ч}_{\text{ниокр}}$ – численность работников, занятых в сфере НИОКР в отчетном периоде, чел., $\text{Ч}_{\text{общ}}$ – общая численность работников предприятия в отчетном периоде, чел.	1, если $P_2 < 0,25$ 2, если $0,25 < P_2 < 0,5$ 3, если $0,5 < P_2 < 0,75$ 4, если $0,75 < P_2$
Доля сотрудников, имеющих высшее образование	$P_3 = \frac{\text{Ч}_{\text{выс.обр.}}}{\text{Ч}_{\text{общ}}}$	$\text{Ч}_{\text{выс.обр.}}$ – количество руководителей и специалистов, имеющих высшее образование, в отчетном периоде, чел.	1, если $P_3 < 0,25$ 2, если $0,25 < P_3 < 0,5$ 3, если $0,5 < P_3 < 0,75$ 4, если $0,75 < P_3$
Доля работников с учеными степенями и званиями	$P_4 = \frac{\text{Ч}_{\text{уч.ст.и зван.}}}{\text{Ч}_{\text{общ}}}$	$\text{Ч}_{\text{уч.ст.и зван.}}$ – численность работников, имеющих ученые степени и звания, чел.	1, если $P_4 < 0,25$ 2, если $0,25 < P_4 < 0,5$ 3, если $0,5 < P_4 < 0,75$ 4, если $0,75 < P_4$
Доля работников, прошедших обучение	$P_5 = \frac{\text{Ч}_{\text{обуч}}}{\text{Ч}_{\text{общ}}}$	$\text{Ч}_{\text{обуч}}$ – число работников предприятия, прошедших обучение или повысивших квалификацию в отчетном периоде, чел., $\text{Ч}_{\text{общ}}$ – общая численность работников предприятия в отчетном периоде, чел.	1, если $P_5 < 0,25$ 2, если $0,25 < P_5 < 0,5$ 3, если $0,5 < P_5 < 0,75$ 4, если $0,75 < P_5$
Затраты на обучение персонала	$P_6 = \frac{\text{З}_{\text{обуч}}}{\text{З}_{\text{техн.ин.}}}$	$\text{З}_{\text{обуч}}$ – затраты на обучение и подготовку персонала в отчетном периоде, тыс. руб., $\text{З}_{\text{техн.ин.}}$ – общие затраты на технологические инновации в отчетном	1, если $P_6 < 0,25$ 2, если $0,25 < P_6 < 0,5$ 3, если $0,5 < P_6 < 0,75$ 4, если $0,75 < P_6$

		периоде, тыс. руб.	
<b>Финансово-экономический потенциал</b>			
Обеспеченность собственными оборотными средствами	$P_7 = \frac{K_{ск} - K_{ва}}{K_{оа}}$	$K_{ск}$ – собственный капитал предприятия, тыс. руб., $K_{ва}$ – внеоборотные активы, тыс. руб., $K_{оа}$ – оборотные активы, тыс. руб.	1, если $P_7 < 0,1$ 2, если $0,1 < P_7 < 0,2$ 3, если $0,2 < P_7 < 0,4$ 4, если $0,4 < P_7$
Финансовая независимость	$P_8 = \frac{K_{ск}}{K_{общ}}$	$K_{ск}$ – собственный капитал предприятия, тыс. руб., $K_{общ}$ – общая сумма капитала (активов) предприятия, тыс. руб.	1, если $P_8 < 0,2$ 2, если $0,2 < P_8 < 0,3$ 3, если $0,3 < P_8 < 0,4$ 4, если $0,4 < P_8$
Рентабельность активов	$P_9 = \frac{ЧП}{K_{общ}}$	ЧП – чистая прибыль за отчетный период, тыс. руб., $K_{общ}$ – общая сумма капитала (активов) предприятия, тыс. руб.	1, если $P_9 < 0,02$ 2, если $0,02 < P_9 < 0,045$ 3, если $0,045 < P_9 < 0,06$ 4, если $0,06 < P_9$
Фондоотдача	$P_{10} = \frac{В}{ОС}$	$В$ – выручка в отчетном периоде, тыс. руб. $ОС$ – основные средства предприятия в отчетном периоде, тыс. руб.	1, если $P_{10} < 8$ 2, если $8 < P_{10} < 17$ 3, если $17 < P_{10} < 34$ 4, если $34 < P_{10}$
<b>Производственно-технологический потенциал</b>			
Освоение новой техники	$P_{11} = \frac{ОПФ_{нов}}{ОПФ_{общ}}$	ОПФ <sub>нов</sub> – балансовая стоимость прогрессивного оборудования (основных производственных фондов) на конец анализируемого периода, тыс. руб., ОПФ <sub>общ</sub> – балансовая стоимость ОПФ на конец анализируемого периода, тыс. руб.	1, если $P_{11} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{11} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{11} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{11}$
Освоение новой продукции	$P_{12} = \frac{\Pi_{ин}}{\Pi_{общ}}$	$\Pi_{ин}$ – объем отгруженной инновационной продукции за отчетный период, тыс. руб., $\Pi_{общ}$ – общий объем отгруженных товаров, выполненных работ и услуг за отчетный период, тыс. руб.	1, если $P_{12} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{12} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{12} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{12}$
Затраты на приобретение машин и оборудования	$P_{13} = \frac{З_{маш.и об.}}{З_{техн.ин.}}$	$З_{маш.и об.}$ – затраты на приобретение машин и оборудования в отчетном периоде, тыс. руб.	1, если $P_{13} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{13} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{13} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{13}$

Затраты на приобретение технологий	$P_{14} = \frac{З_{технол}}{З_{техн.ин.}}$	$З_{технол}$ – затраты на приобретение технологий в отчетном периоде, тыс. руб.	1, если $P_{14} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{14} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{14} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{14}$
Наличие специализированных помещения для научных исследований	$P_{15}$	$P_{15}$ – показатель, характеризующий наличие на предприятии специализированного помещения для проведения научных исследований	1 – отсутствие помещения, 2 – наличие помещения без оборудования, 3 – наличие помещения с минимальным количеством оборудования, 4 – наличие помещения с необходимым оборудованием.
<i>Научно-технический потенциал</i>			
Обеспеченность интеллектуальной собственностью	$P_{16} = \frac{К_{нма}}{К_{ва}}$	$К_{нма}$ – стоимость нематериальных активов в отчетном периоде, тыс. руб., $К_{ва}$ – стоимость внеоборотных активов в отчетном периоде, тыс. руб.	1, если $P_{16} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{16} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{16} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{16}$
Коэффициент освоения инноваций	$P_{17} = \frac{Ч_{внедр.новш.}}{Ч_{разр.новш.}}$	$Ч_{внедр.новш.}$ – число внедренных новшеств за отчетный период, шт., $Ч_{разр.новш.}$ – число разработанных новшеств за отчетный период, шт.	1, если $P_{17} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{17} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{17} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{17}$
Затраты на НИОКР	$P_{18} = \frac{З_{ниокр}}{З_{техн.ин.}}$	$З_{ниокр}$ – затраты на исследования и разработки в отчетном периоде, тыс. руб.	1, если $P_{18} < 0,25$ 2, если $0,25 < P_{18} < 0,5$ 3, если $0,5 < P_{18} < 0,75$ 4, если $0,75 < P_{18}$
<i>Организационно-управленческий потенциал</i>			
Степень соответствия организационной структуры предприятия и системы управления задачам инновационного процесса	$P_{19} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_{10}}{n}$	$x_1, x_2, \dots, x_{10}$ – балльное значение составляющих показателя, выставяемое экспертом; $n$ – количество составляющих показателя	1 – утверждение полностью не соответствует состоянию на предприятии; 2 – утверждение в большей степени не соответствует; 3 – утверждение в большей степени соответствует; 4 – утверждение полностью не соответствует
Система мотивации инновационной активности работников	$P_{20} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_9}{n}$	$x_1, x_2, \dots, x_9$ – балльное значение составляющих показателя, выставяемое экспертом; $n$ – количество составляющих показателя	1 – утверждение полностью не соответствует состоянию на предприятии; 2 – утверждение в большей степени не соответствует; 3 – утверждение в

			большой степени соответствует; 4 – утверждение полностью не соответствует
Готовность работников предприятия к инновациям	$P_{21} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_{12}}{n}$	$x_1, x_2, \dots, x_{12}$ – балльное значение составляющих показателя, выставляемое экспертом; $n$ – количество составляющих показателя	1 – полностью не согласен(-на); 2 – частично не согласен(-на); 3 – частично согласен(-на); 4 – полностью согласен(-на)

Интегральный показатель инновационного потенциала рассчитывается как сумма показателей всех его составляющих с весовым коэффициентом, который отражает значимость каждого показателя. Вес каждого показателя определяется по следующей формуле:

$$k_i = \frac{P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (1)$$

где  $P_i$  – значение  $i$ -ого показателя инновационного потенциала предприятия, для которого рассчитывается весовой коэффициент;

$\sum_{i=1}^n P_i$  – сумма баллов всех показателей;  $n$  – количество показателей.

Сумма всех весовых коэффициентов равна 1.

Формула расчета интегрального показателя инновационного потенциала следующая:

$$I = \sum_{i=1}^n P_i k_i, \quad (2)$$

где  $P_i$  – значение  $i$ -ого показателя инновационного потенциала предприятия;

$k_i$  – вес  $i$ -ого показателя;

$n$  – количество показателей.

Минимальное значение интегрального коэффициента качественных показателей 0,25, а максимальное значение – 1.

По результатам оценки качественных и количественных показателей находится общий интегральный показатель инновационного потенциала предприятия путем суммирования интегральных коэффициентов качественных и количественных показателей. Минимальное значение общего интегрального показателя инновационного потенциала 0,5, а максимальное значение – 2.

Полученное значение общего интегрального показателя инновационного потенциала предприятия сопоставляется с критериями, представленными в таблице 6, в которой предлагаются рекомендации по повышению уровня инновационного потенциала предприятия в зависимости от его величины.

Таблица 6

*Характеристика интегральной оценки потенциала предприятия.*

Интервал показателя	Содержание	Рекомендации
$0,50 < \text{Интегр.п.} < 0,875$	Очень низкий уровень инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение квалификации сотрудников;</li> <li>- увеличение затрат на исследования и разработки;</li> <li>- проведение маркетинговых исследований;</li> <li>- информационное обеспечение бизнес-процессов;</li> <li>- развитие инновационной корпоративной культуры;</li> <li>- обновление основных фондов;</li> <li>- совершенствование ранее освоенных продуктов и технологий</li> </ul>

<p><math>0,875 &lt; \text{Интег.п.} &lt; 1,25</math></p>	<p><i>Низкий уровень инновационного потенциала</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение квалификации сотрудников;</li> <li>- увеличение затрат на исследования и разработки;</li> <li>- информационное обеспечение бизнес-процессов;</li> <li>- формирование компетенций у сотрудников в области цифровизации;</li> <li>- создание единой цифровой экосистемы;</li> <li>- приобретение объектов интеллектуальной собственности;</li> <li>- совершенствование организации и управления инновационной деятельностью</li> </ul>
<p><math>1,25 &lt; \text{Интег.п.} &lt; 1,625</math></p>	<p><i>Средний уровень инновационного потенциала</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- информационное обеспечение бизнес-процессов;</li> <li>- использование прогрессивных цифровых технологий;</li> <li>- развитие механизма «открытых инноваций»;</li> <li>- сотрудничество со структурами высшего образования и научными организациями;</li> <li>- повышение эффективности использования кадрового и информационного потенциала;</li> <li>- повышение качественного уровня технико-технологической базы производства;</li> <li>- создание, освоение и использование новых продуктов и процессов;</li> <li>- приобретение объектов интеллектуальной собственности;</li> <li>- совершенствование организации и управления инновационной деятельностью</li> </ul>
<p><math>1,625 &lt; \text{Интег.п.} &lt; 2</math></p>	<p><i>Высокий уровень инновационного потенциала</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование прогрессивных цифровых технологий;</li> <li>- разработка цифровых сервисов и платформ на уровне отрасли предприятия;</li> <li>- развитие механизма «открытых инноваций»;</li> <li>- сотрудничество со структурами высшего образования и научными организациями;</li> <li>- повышение эффективности использования кадрового и информационного потенциала;</li> <li>- совершенствование ранее освоенных продуктов и технологий;</li> <li>- создание, освоение и использование новых продуктов и процессов;</li> <li>- достижения конкурентных преимуществ инновационного продукта перед аналогичными продуктами на внутреннем и внешнем рынках;</li> <li>- обеспечения экологической безопасности инновационной деятельности</li> </ul>

Таким образом, предложенная методика оценки проста в использовании, учитывает необходимое для оценки число качественных и количественных показателей инновационного потенциала, которые основываются на прямо управляемых факторах инновационной деятельности, непосредственно влияющих на уровень инновационного потенциала предприятия, а результаты оценки помогут увидеть имеющиеся сильные и слабые места предприятия и принять дальнейшие управленческие решения.

В заключение следует отметить, что оценка инновационного потенциала предприятия не должна рассматриваться как отдельный процесс, а скорее как часть общей стратегической работы организации. Она должна взаимодействовать с другими аспектами деятельности предприятия, такими как управление рисками, управление проектами, маркетинг, финансы и

т.д. Только такая интеграция оценки инновационного потенциала может привести к реальным результатам и успехам в инновационной деятельности.

\*\*\*

1. Горбунов В.Л., Матвеев П.Г., Методика оценки инновационного потенциала предприятия [Текст] / В.Л. Горбунов, П.Г. Матвеев // Инновации. 2002. №8. С. 67-69.
2. Гунин В.Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 7. М.: Юнити, 1999. 328 с.
3. Захарова Е.В., Митякова О.И. Оценка инновационного потенциала предприятия с учетом цифровизации экономики // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 3. – С. 1653-1666. – doi: 10.18334/vines.10.3.110601.
4. Кортон С. В. Оценка инновационной активности технического вуза (методические рекомендации). (Серия «Инновационная деятельность». Вып. 27), СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2004. - 20 с.
5. Лисин Б. К., Фридрихов В. Н. Инновационный потенциал как фактор развития. Межгосударственное социально-экономическое исследование//Инновации. № 7. 2002
6. Патеев Б. А. Эффективность развития промышленного предприятия в системе инноваций. Автореф. дисс. ... к. э. н.: 08.00.05. Тамбовский гос. технический университет. Тамбов, 2002.
7. Фриман К. Национальная система инноваций в исторической перспективе / К. Фриман // Кембриджский экономический журнал. 1995. В. 19. № 1.
8. Чечурина М. Н., Гринь А. А., Круглов Н. В. Enterprise innovative potential assessing indicator elaboration in view of the digital economy development (p 16-24) Показатели инновационного потенциала предприятия в условиях развития цифровой экономики. В сборнике Proceedings of the International Conference "Process Management and Scientific Developments" (Birmingham, United Kingdom, July 21, 2021). Part 2 DOI 10.34660/INF.2021.46.87

**Чудинов О. О.**

**Роль корпораций в процессах социально-экономического развития регионов России**

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
(Россия, Красноярск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-103

#### **Аннотация**

В статье рассмотрены особенности реализации корпоративной социальной ответственности в Российской Федерации. Представлены некоторые из их форм, кратко раскрывается их возможное содержание. Объясняется роль корпораций в процессах социально-экономического развития страны и ее регионов, в частности.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, бизнес, государство, развитие, управление.

#### **Abstract**

The article discusses the features of the implementation of corporate social responsibility in the Russian Federation. Some of their forms are presented, their possible content is briefly revealed. The article reveals the importance of corporations in the processes of socio-economic development of the country and its regions.

**Keywords:** corporate social responsibility, business, government, development, management.

В современных условиях безответственная деятельность хозяйствующих субъектов в погоне за сиюминутной выгодой в развитых государствах становится частью прошлого [1]. В то же время значительно возрастает социально-политическая роль бизнеса, что, безусловно находит отражение в формировании и развитии социальной и экологической ответственности. Объясняется это тем, что эффективные экономические механизмы, действующие на принципах этичного поведения, способствуют устранению различного рода негативных отклонений, а их игнорирование приводит к трудностям выработки ценностных ориентиров, определяющих вектор развития современных предприятий [2].

Парадигма практик КСО в нашей стране формировалась под воздействием несколько иных факторов, нежели, например, в странах Западной Европы. Это обусловлено тем, что до

1991 года хоть и существовала достаточно разнообразная система социальных гарантий (бесплатное обучение, предоставление служебного жилья, доступное медицинское обслуживание и санаторно-курортное лечение, функционирование дошкольных учреждений и прочее), но все предприятия являлись государственными и подчинялись установкам сверху, что не учитывало многих известных сегодня факторов. Затем, после распада Советского Союза, перешедшие в частную собственность организации начали отказываться от инфраструктурных объектов, пытаясь ликвидировать снижающую максимальную прибыль «социалку».

Принято считать, что первые подвижки к возвращению бизнесом социальных компонентов в управления начались в нашей стране в 1995 году. В это время корпорации пытались понять специфику и сформировать представление о социальной ответственности бизнеса. Однако на практике делалось крайне мало. Менеджеры уходили больше в теоретические аспекты, не имели определённой стратегии, воплощая «точечные», как правило благотворительные, проекты. Однако именно в это время стали появляться первые нефинансовые отчеты, хотя и публикуемые в свободной форме без всякого заверения подлинности изложенного.

Следующий этап начался уже в новом столетии. Так, в 2001 году вышел в свет первый продукт системной работы компаний в сфере КСО – корпорация «БАТ Россия» выпустила первый нефинансовый отчет, созданный по международным стандартам. Кроме того, в это время бизнес-структуры наконец решили активно перейти к практическим действиям, хотя и происходило это под влиянием политической власти «на верхах». Этот период характеризуется существенным ростом числа социально значимых проектов, реализуемых предпринимателями, но главной их целью становится, в первую очередь, нормализация отношений с властью, а не с обществом и потребителями.

В нынешних условиях, по мнению М.В. Лазарева, Т.Н. Жуковой и О.В. Арефиной, для российской практики ведения бизнеса осмысление социальной ответственности представляется актуальным в связи с преодолением искажения интеллектуальной деятельности на постсоветском пространстве и необходимостью расставания с устаревшими и отжившими взглядами на социально ориентированные феномены экономики, показав главную прагматическую ориентацию социальной ответственности как инструмента конкурентного преимущества коммерческих структур [3]. Тем не менее, у отечественных ученых и предпринимателей все еще не сформировалось единого понимания о формах реализации корпоративной социальной ответственности или ESG-концепции. Следует также отметить и то, что понимание роли социальной ответственности перед стейкхолдерами в нашей экономике постоянно видоизменяется, а системных аналитических исследований, показывающих тенденции этих процессов, пока нет.

Так, по мнению российского ученого исследователя, специалиста в области социально-экономического развития регионов и социально-политической географии Натальи Васильевны Зубаревич (1954-н.в.), такая деятельность компаний в России представляет собой:

1. Благотворительность по типу Римской империи – «хлеба и зрелищ» («Разовые благотворительные проекты ... в преддверии выборов», «завоз звезд российской попсы в родной город-завод – на День металлурга или нефтяника»).
2. Благотворительность взаимовыгодная (ее автор называет особым российским подвидом благотворительности, однако, на наш взгляд, это не совсем верно, поскольку в период середины 1970-х – начала 1980-х гг. в США происходило становление стратегической филантропии, которая обладала такими отличающимися ее качествами, как желание увязать решение социальных проблем со своими стратегическими целями). В качестве примера Н.В. Зубаревич приводит проекты «льгот по налогам в обмен на социальные инвестиции», а также социально-экологические программы, направленные на формирование имиджа.



3. Реализация социальных проектов, объединяющих внутреннюю и внешнюю социальную политику (например, переселение «Норникелем» своих пенсионеров из г. Норильска на «материк», в т.ч. с целью оптимизации расходов корпорации на социальную инфраструктуру).
4. Социальные вложения в общество с целью развития человеческого капитала (вложения в образовательные проекты, программы развития системы здравоохранения, вовлеченности молодежи и профилактику наркозависимости). Наталья Васильевна верно отмечает, что такая работа наиболее сложная, но в то же время важная для компаний, поскольку это проекты «на завтра», и они двигают страну вперед, а иногда становятся и социальной инженерией. Но это положение, по нашему мнению, нужно подкрепить положением британского философа XIX века Джона Стюарта Милля (1806-1873), согласно которому помощь будучи доступной для каждого должна все же побуждать человека к возможности обходиться без нее [4].
5. Вход во власть бизнеса с целью улучшения администрирования территорий в своих интересах, а также устойчивого социального развития местных сообществ для того, чтобы «выращивать мозги» [5].

Ученые Института Экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирска С.В. Братющенко и В.Е. Селиверстов имеют несколько иное мнение, выделяя следующие формы участия корпораций в решении социальных проблем местного сообщества, на наш взгляд подходя к рассматриваемому вопросу более системно:

- а. выделение финансовой помощи в виде грантов, как адресное финансирование, выделяемое корпорацией на осуществление социальных проектов в области образования, проведения исследований и др.;
- б. адресные пожертвования и спонсорская помощь компаний на проведение социальных программ в регионе;
- в. проведение социального маркетинга посредством направления установленного организацией процента от продаж товаров или услуг на осуществление проектов;
- г. эквивалентное финансирование социальных и экологических проектов совместно с органами власти и некоммерческим сектором;
- д. выделение денежных средств на проведение долгосрочных программ повышения качества жизни населения и снижения социальной напряженности в обществе;
- е. добровольное привлечение персонала предприятия к реализации социальных и экологических программ внешней направленности;
- ж. формирование специального социального бюджета на реализацию социально ответственных практик [6].

Нельзя также не отметить, что в нашей стране имеются добровольно закрепленные формы осуществления социальных и экологических инициатив. В частности, действует Социальная хартия российского бизнеса, принятая Съездом РСПП в 2004 году (обновленная редакция принята в 2021 году). Она представляет собой свод основополагающих принципов социально ответственных деловых практик, которые применимы в повседневной деятельности бизнеса любого типа, а присоединится к ней может любая организация. Помимо Хартии существуют также «Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности», утвержденный Ассоциацией менеджеров России и Кодекс предпринимательской этики Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ) «12 принципов ведения дел в России».

Изучение представленных форм реализации социальной ответственности отечественными менеджерами может позволить найти решения для многих вопросов,

касающихся социально-экономического развития регионов. Кроме того, такая работа позволит предприятиям более корректно выстраивать стратегию своего развития в зависимости от субъекта страны.

\*\*\*

1. Замятина, М.Ф. ESG-факторы в стратегиях компаний и регионов России и их роль в региональном инновационном развитии / М.Ф. Замятина, С.В. Тишков // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – № 1. – С. 501-518.
2. Мацефук, Е.А. Ответственность как ценность: теоретический аспект / Е.А. Мацефук, П.В. Разбегаев // Вестник Волгоградской академии МВД России. – 2014. – № 2 (29). – С. 104-109.
3. Лазарев, М.В. Социальная ответственность как конкурентное преимущество наукоемкого предприятия / М.В. Лазарев, Т.Н. Жукова, О.В. Арефина // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2010. – № 2. – С. 264-266.
4. Милль, Дж.С. Основы политической экономии. – Т. III. – М.: Прогресс, 1981. – С. 371.
5. Дранкина, Е. Интервью с Н.В. Зубаревич / Е. Дранкина // Коммерсантъ. Деньги – 2005. – №31. – С. 12.
6. Братющенко, С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С.В. Братющенко, В.Е. Селиверстов // Регион: экономика и социология. – 2007. – №4. – С. 189-206.

**Чумакова Н.В., Антоненко Е.А., Квасова В.А.**

**Применение метода цепных подстановок для расчета влияния факторов в детерминированных факторных моделях**

*Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ  
(Россия, Зерноград)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-104

**Аннотация**

В представленной статье рассмотрены теоретические вопросы применения метода цепных подстановок в целях расчета влияния отдельных факторов на величину изменения резульативного показателя в детерминированных факторных моделях. На примере конкретного сельскохозяйственного предприятия изучено влияние изменения количества реализованной продукции растениеводства, себестоимости и средней цены реализации на прибыль от её продажи.

**Ключевые слова:** факторный анализ, модели детерминированного факторного анализа, способ цепных подстановок, резульативный показатель, факторы.

**Abstract**

This article discusses theoretical issues of using the chain substitution method in order to calculate the influence of individual factors on the amount of change in the effective indicator in deterministic factor models. Using the example of a specific agricultural enterprise, the influence of changes in the quantity of sold crop products, cost and average selling price on the profit from its sale was studied.

**Keywords:** factor analysis, deterministic factor analysis models, chain substitution method, resulting indicator, factors.

Суть факторного анализа заключается в методологии комплексного изучения постепенного перехода факторов от начальной к конечной факторной системе, которая при выявлении всех численно измеримых факторов влияет на значение итогового показателя [6].

Фактор – это показатель внутренней и внешней среды, влияющий на резульативность хозяйственной деятельности [5].

Различие между «фактором» и «причиной» состоит в том, что «фактор» представляет собой причинно-следственную связь, оказывающую постоянное влияние на показатели резульативности экономической деятельности предприятия, а «причина», также являясь причинно-следственной связью и влияя на резульаты деятельности, не является постоянной.

Все факторы классифицируются в соответствии с принципами воздействия и влияния на итоговые показатели экономической деятельности. В частности, взаимосвязанные факторы расположены в определенном порядке. Прежде всего, учитываются количественные показатели, т.е. те, которые выражают количество, затем качественные, подразумевающие качество и определяемые особенностями или внутренними характеристиками [5].

Таким образом, влияние рассматриваемого фактора на изменение анализируемого показателя определяется следующим образом: в базовом периоде (более раннем) значение первого фактора заменяется его значением в отчетном периоде (более позднем). После замены факторов наблюдается, как изменился анализируемый показатель. Для этого базовое значение показателя вычитается из его условного значения. Полученная величина и будет показывать количественное влияние того или иного фактора. Затем таким же образом, подставляя значения и вычитая их, определяется влияние остальных факторов.

Существуют следующие модели факторного анализа:

- детерминированный (с четко определенными результатами);
- стохастический (с различными вероятностными результатами).

Основными задачами факторного анализа являются: [1]

1. Выбор факторов, определяющих изучаемые показатели эффективности;
2. Классификация и систематизация для обеспечения системных подходов;
3. Определение формы зависимости между факторами и показателями эффективности;
4. Моделирование взаимосвязи между производительностью и факторными показателями;
5. Расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении значения итогового показателя;
6. Работа с факторной моделью (её практическое использование для управления экономическими процессами).

Детерминированный факторный анализ – это процесс выявления причинно-следственных связей факторов с результирующим показателем. Эти отношения являются функциональными, то есть обобщающий показатель может быть выражен в виде произведения, частного и суммы факторов.

Функциональную зависимость можно выразить различными моделями, а именно: аддитивными; мультипликативными; кратными и комбинированными (смешанными).

Аддитивная зависимость может быть выражена с помощью математической модели, которая представляет собой сумму нескольких факторных свойств:

$$y = A+B+C+...n \quad (1)$$

Мультипликативная зависимость – это прямо пропорциональная зависимость обобщающего показателя от произведения n-го числа факторов.

$$y = A \times B \times C \times ...n \quad (2)$$

Кратная зависимость результирующего показателя от факторов выражается как частное от их деления:

$$y = A \div B \quad (3)$$

Комбинированное (смешанное) соотношение отражается через решение нескольких математических действий:

$$y = (A \times B) \div C \quad (4)$$

Существует ряд приемов моделирования факторных систем: прием расширения; прием расчленения; прием удлинения; прием расширения и сокращения исходных кратных двухфакторных систем типа:  $a \div b$ .

В результате процесса моделирования из двухфакторной множественной модели формируются: аддитивно-кратные; мультипликативные и мультипликативно-кратные многофакторные системы.

Способ цепной подстановки был высоко оценен в аналитических расчетах благодаря возможности его использования в детерминированных моделях [2].

Суть этого метода заключается в использовании подстановок путем последовательной замены базового значения каждого фактора на отчетное без изменения значения других факторов. Замена значения каждого фактора позволяет дать справедливую оценку влияния каждого фактора оценить на изменение показателя эффективности.

Преимущества метода цепных подстановок состоят в следующем:

- универсален в использовании, прост в вычислении, что определяет его частое использование;
- даёт возможность разделить величину изменения в сложном явлении по его определяющим факторам;
- даёт возможность комбинировать несколько факторов или разбивать сложные факторы на несколько простых;
- расчеты элементарны и не содержат больших формул;
- алгоритм действий стандартный, и применим к любой системе (простой и сложной);
- минимальное время, затрачиваемое на расчеты и выводы.

Основные недостатки метода цепных подстановок:

- если фактор пропущен при замене или при расчете допущена арифметическая ошибка, общий результат будет правильным, а влияние отдельных факторов – неправильным;
- в действительности факторы влияют на показатель эффективности без какой-либо последовательности, т.е., не придерживаясь общепринятого порядка, а все сразу, при этом данный недостаток присущ всем методам элиминирования;
- изменение положения составляющих может исказить результат, поэтому важно строго придерживаться «формулы расчета», которая была утверждена изначально;
- степень влияния того или иного фактора определяется с некоторой погрешностью, что может поставить под сомнение результаты анализа;
- результаты разложения на множители будут иметь разные значения в зависимости от выбранного порядка коэффициентов. Это связано с тем, что в результате применения этого метода образуется определенный неразложимый остаток, который добавляется к величине влияния последнего фактора. На практике точностью оценки факторов пренебрегают, подчеркивая относительную важность влияния того или иного фактора [4].

Методика применения цепных подстановок [3] была рассмотрена нами на примере комбинированной (смешанной) модели с помощью которой было определено влияние факторов на изменение прибыли от продаж продукции растениеводства в типичном сельскохозяйственном предприятии Ростовской области АО «Учхоз Зерновое» (Таблица 1). При этом, информационной базой послужили данные годовой бухгалтерской отчетности Общества, а именно, Формы №9-АПК «Отчет о производстве, затратах, себестоимости и реализации продукции растениеводства». Анализ проводился за период 2019-2021 гг.

Механизм факторного анализ прибыли от продаж отдельных видов продукции растениеводства рассмотрим на примере реализации пшеницы в АО «Учхоз Зерновое»:

В 2019г. (базисном) прибыль от реализации продажи продукции рассчитывалась по формуле:

$$П_{2019} = Q_{2019} \times (Ц_{2019} - С_{2019}) = 257449 \times (786,85 - 662,16) = 32101,32 \text{ тыс. руб.}$$

В следующих действиях рассчитывается прибыль при замене базового каждого из факторов на фактическое, до того момента, пока все значения факторов не станут за отчетный год:

$$\text{Пул.1} = Q_{2021} \times (Ц_{2019} - С_{2019}) = 221006 \times (786,85 - 662,16) = 27557,24 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Пул.2} = Q_{2021} \times (Ц_{2021} - С_{2019}) = 221006 \times (1062,51 - 662,16) = 88479,75 \text{ тыс. руб.}$$

$$П_{2020} = Q_{2021} \times (Ц_{2021} - С_{2021}) = 221006 \times (1062,51 - 957,92) = 23115,02 \text{ тыс. руб.}$$

На следующем этапе аналитического исследования было рассчитано изменение прибыли за три года:

$$\Delta \text{Побщ.} = П_{2021} - П_{2019} = 23115,02 - 32101,32 = -8986,3 \text{ тыс. руб.}$$

Далее было рассчитано влияние на изменение прибыли всех трёх факторов, а именно количества реализованной продукции, средней цены реализации и себестоимости продукции:

$$\Delta PQ = \text{Пусл.1} - \text{П2019} = 27557,24 - 32101,32 = -4544,08 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta ПЦ = \text{Пусл.2} - \text{Пусл.1} = 88479,75 - 27557,24 = 60922,51 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta ПС = \text{П2021} - \text{Пусл.2} = 23115,02 - 88479,75 = -65364,73 \text{ тыс. руб.}$$

Таким же образом проводились расчеты по всем основным видам продукции, реализация которых имела место в Обществе в 2019 (базисном) и в 2021 (отчетном) годах.

Как показывают данные таблицы 1, в АО «Учхоз Зерновое» за анализируемый период наблюдалось снижение прибыли от реализации основных видов продукции, за исключением подсолнечника. Такая динамика в масштабах всего предприятия обусловлена в большей степени высоким ростом себестоимости и меньшим снижением объемов продаж, даже при росте среднереализационных цен на продукцию. Это считается, несомненно, негативной тенденцией. Для такой культуры, как подсолнечник, наряду с увеличением цены реализации, произошло снижение производственных затрат, что позволило сельскохозяйственному предприятию увеличить выручку даже при снижении объемов продаж.

Таблица 1

*Факторный анализ прибыли от продажи отдельных видов продукции в АО «Учхоз Зерновое».*

Вид продукции	Количество реализованной продукции, ц		Средняя цена реализации, руб./ц		Себестоимость продукции, руб./ц		Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	
	2019 год	2021 год	2019 год	2021 год	2019 год	2021 год	2019 год	2021 год
Пшеница	257449	221006	786,85	1062,51	662,16	957,92	32101,32	23115,02
Ячмень	58628	20441	799,7	1189,67	724,02	1105,91	4436,97	1712,14
Прочие зернобобовые	21	17529	619,05	1187,18	619,05	1218,96	0	-557,07
Подсолнечник	48475	37089	1701,78	1827,17	1537	1260,56	7987,71	21015,00
Итого	x	x	x	x	x	x	44525,99	45285,08

Продолжение таблицы 1

Изменение прибыли 2021 года в сравнении с 2019 годом			
общее	в том числе за счет		
	объема реализации	цены	себестоимости
-8986,30	-4544,1	60922,5	-65364,73
-2724,83	-2890	7971,38	-7806,21

-557,07	0	9958,75	-10515,82
13027,83	-1875,6	4650,59	10252,88
759,63	-9309,7	83503,2	-73433,88

Таким образом, снижение объемов реализации и рост себестоимости в динамике трех исследуемых лет отрицательно сказались на сумме прибыли от продажи продукции в АО «Учхоз Зерновое», небольшой же прирост прибыли обусловлен лишь ростом среднереализационных цен.

\*\*\*

1. Бариленко, В.И. Экономический анализ: учебник / В.И. Бариленко, О.В. Ефимова, Ч.В. Керимова, М.Н. Ермакова. - Москва: КноРус, 2017. – 381 с.
2. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов / Т. Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 214 с.
3. Биглова, А.А. Факторы, влияющие на финансовый результат / А.А. Биглова // NovaInfo.Ru. 2017. Т. 4. № 58. С. 290-294.
4. Бочаров, В. В. Финансовый анализ: Учеб. пособие / В. В. Бочаров – СПб.: Питер, 2014. – 240 с.
5. Толпегина, О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / О.А. Толпегина, Н.А. Толпегина. – М.: Юрайт, 2013. – 672 с.
6. Филиппова, А.О. Теоретические основы анализа экономической эффективности организации // Международный научный журнал Вестник науки №7 (28) том 1. – С. 77 - 82.

**Чумакова Н.В., Кузьменко О.В., Рудская И.Б.**

**Роль анализа дебиторской и кредиторской задолженности в оценке ликвидности  
баланса организации**

*Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ  
(Россия, Зерноград)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-105

**Аннотация**

В представленной статье рассмотрены роль и значение анализа дебиторской и кредиторской задолженности организации в оценке ликвидности её баланса. На примере сельскохозяйственного микропредприятия Краснодарского края проведена оценка динамики величины и соотношения дебиторской и кредиторской задолженности, а также рассчитаны относительные показатели ликвидности и платежеспособности предприятия. Результаты такого анализа могут стать основой принятия эффективных управленческих решений в отношении управления задолженностью организаций любых организационно-правовых форм и форм собственности.

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, баланс, активы, пассивы, обязательства, ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость.

**Abstract**

The article considers the role and significance of the analysis of accounts receivable and accounts payable of an organization in assessing the liquidity of its balance sheet. On the example of an agricultural microenterprise of the Krasnodar Territory, the dynamics of the value and ratio of accounts receivable and accounts payable were assessed, and the relative indicators of the liquidity and solvency of the enterprise were calculated. The results of such an analysis can become the basis for making effective management decisions regarding debt management of organizations of any organizational and legal forms and forms of ownership.

**Keywords:** accounts receivable, accounts payable, balance sheet, assets, liabilities, liabilities, liquidity, solvency, financial stability.

Переход российской экономики на рыночные условия хозяйствования повышает самостоятельность организаций, их экономическую и юридическую ответственность. В этой связи возрастает значение финансовой устойчивости, а вместе с этим многократно увеличивается роль рационального использования дебиторской и кредиторской задолженности, которые непрерывно сопровождает систему взаиморасчетов предприятий и организаций любых форм собственности [2].

Для организации очень важно не допустить необоснованного увеличения количества дебиторов и суммы их долгов, избегать дебиторской задолженности с высокой степенью риска, своевременно выставлять платежные документы, следить за сроками их оплаты и вовремя принимать меры по взысканию просроченной задолженности. Это связано с тем, что именно такой вид задолженности ведет к прямому отвлечению денежных средств из оборота [3]. В то же время нужно очень внимательно относиться и к расчетам с кредиторами, своевременно возвращать им долги, иначе организация может потерять их доверие и, как следствие, будет иметь штрафные санкции по расчетам с контрагентами [5].

По результатам оценки динамики дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Альянс» – сельскохозяйственного микропредприятия Краснодарского края (таблица 1), можно сделать вывод, что в целом ситуация в сфере осуществления платежно-расчетных отношений предприятия с его контрагентами при наблюдающейся динамике может создавать угрозу финансовой устойчивости Общества. Сумма дебиторской задолженности Общества на протяжении анализируемого трехлетнего периода в десятки раз превышает сумму его кредиторской задолженности и указывает на необходимость пристального внимания руководства к организации платежно-расчетных отношений.

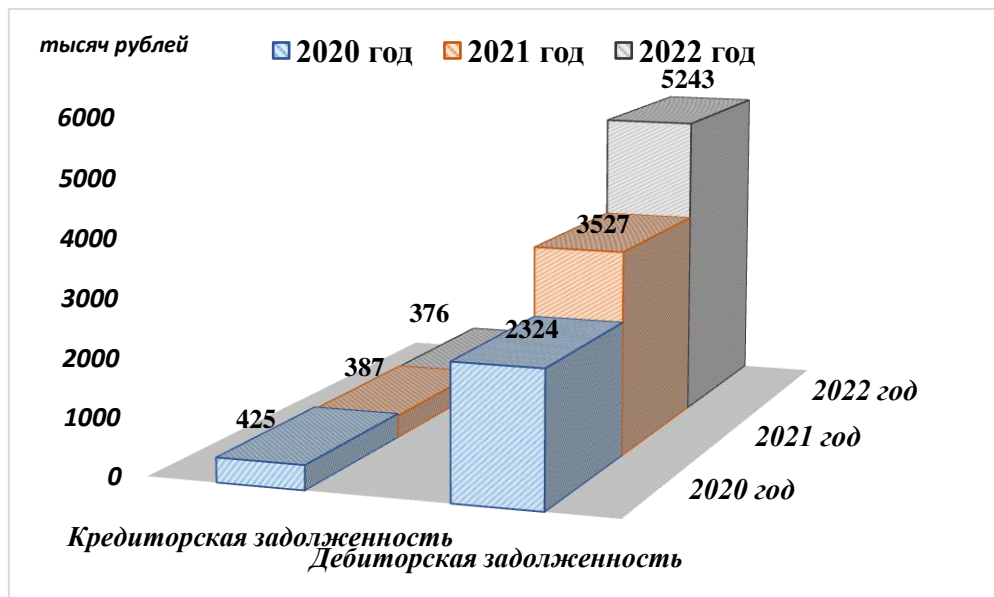


Рисунок 1. Динамика дебиторской и кредиторской задолженности в ООО «Альянс».

Как видно из рисунка, в анализируемом периоде наблюдается достаточно стабильный характер изменения задолженности, при этом кредиторская задолженность имеет устойчивую динамику снижения, а дебиторская, напротив, на протяжении периода аналитического исследования растет. Таким образом, можно говорить о негативной динамике изменения как величины, так и соотношения дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Альянс» в анализируемом трехлетнем периоде.

В основе анализа ликвидности баланса любой организации лежит определение величины покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в



денежную форму соответствует срочности возврата [1]. Для проведения такого рода анализа активы группируются по степени убывания ликвидности, а пассивы – по степени срочности погашения, при этом дебиторская задолженность входит в группу А2, а кредиторская – относится к группе П2 (таблица 1). В случае если какое-либо из неравенств имеет противоположный знак, ликвидность баланса в большей или меньшей степени отличается от абсолютной.

Таблица 1

## Группировка активов и пассивов в целях определения ликвидности баланса.

АКТИВ	Условия абсолютной ликвидности	ПАССИВ
<i>А1 – денежные средства и краткосрочные финансовые вложения организации</i>	$A1 > П1$	<i>П1 – кредиторская задолженность и ссуды непогашенные в срок</i>
<i>А2 – дебиторская задолженность и прочие активы</i>	$A2 > П2$	<i>П2 – краткосрочные кредиты и займы</i>
<i>А3 – запасы за исключением расходов будущих периодов и долгосрочные финансовые вложения</i>	$A3 > П3$	<i>П3 – долгосрочные кредиты и займы</i>
<i>А4 – внеоборотные активы за исключением долгосрочных финансовых вложений</i>	$A4 < П4$	<i>П4 – капитал и резервы</i>

В таблице 2 проведен анализ ликвидности баланса ООО «Альянс» за анализируемый трехлетний период, при этом следует отметить, что группа быстрореализуемых активов Общества представлена только лишь долгами дебиторов, а наиболее срочные обязательства представлены кредиторской задолженностью исследуемой организации.

Исходя из данных таблицы, можно говорить о том, что на всем временном отрезке ликвидность баланса ООО «Альянс» оптимальна. У Общества достаточно абсолютно и наиболее ликвидных активов для покрытия наиболее срочных обязательств, и в будущем при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей Общество может быть платежеспособным на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса. Кроме этого, у ООО «Альянс» достаточно собственных оборотных средств, для бесперебойной работы.

Таблица 2

## Анализ ликвидности баланса ООО «Альянс» за 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, +/-Δ	
					2022 к 2020	2022 к 2021
<i>Актив</i>						
<i>А1</i>	<i>Наиболее ликвидные активы</i>	6683	396	504	-6179	108
<i>А2</i>	<i>Быстрореализуемые активы</i>	2324	3527	5243	2919	1716
<i>А3</i>	<i>Медленно реализуемые активы</i>	8058	13882	14358	6300	476
<i>А4</i>	<i>Труднореализуемые активы</i>	7742	8651	12922	5180	4271
<i>Итого активов</i>		24807	26456	33027	8220	6571
<i>Пассив</i>						
<i>П1</i>	<i>Наиболее срочные обязательства</i>	425	387	376	-49	-11
<i>П2</i>	<i>Краткосрочные обязательства</i>	0	0	3687	3687	3687
<i>П3</i>	<i>Долгосрочные обязательства</i>	0	0	1055	1055	1055
<i>П4</i>	<i>Постоянные пассивы</i>	24382	26069	27909	3527	1840
<i>Итого пассивов</i>		24807	26456	33027	8220	6571
<i>Разность наиболее ликвидных активов и наиболее срочных обязательств (А1 - П1)</i>		6258	9	128	x	x
<i>Разность быстрореализуемых активов и краткосрочных обязательств (А2 - П2)</i>		2324	3527	1556	x	x
<i>Разность медленно реализуемых активов</i>		8058	13882	13303	x	x

и долгосрочных обязательств (А3 - П3)					
Разность труднореализуемых активов и постоянных пассивов (А4 - П4)	-16640	-17418	-14987	x	x

Более наглядно структура активов и пассивов баланса ООО «Альянс» по степени ликвидности и срочности погашения представлена на рисунках 2 и 3.

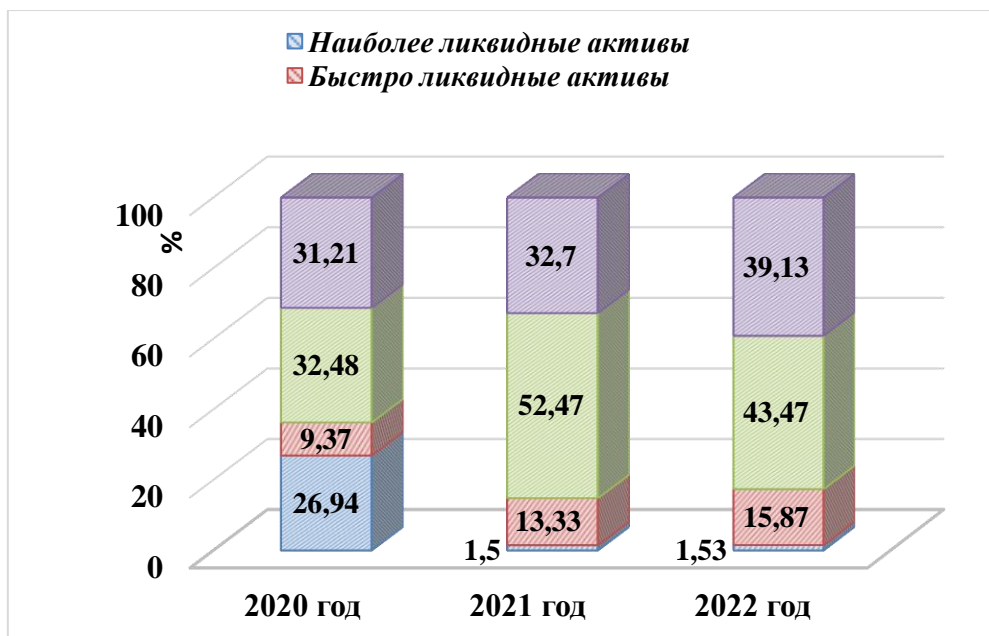


Рисунок 2. Структура активов баланса ООО «Альянс» по степени ликвидности.

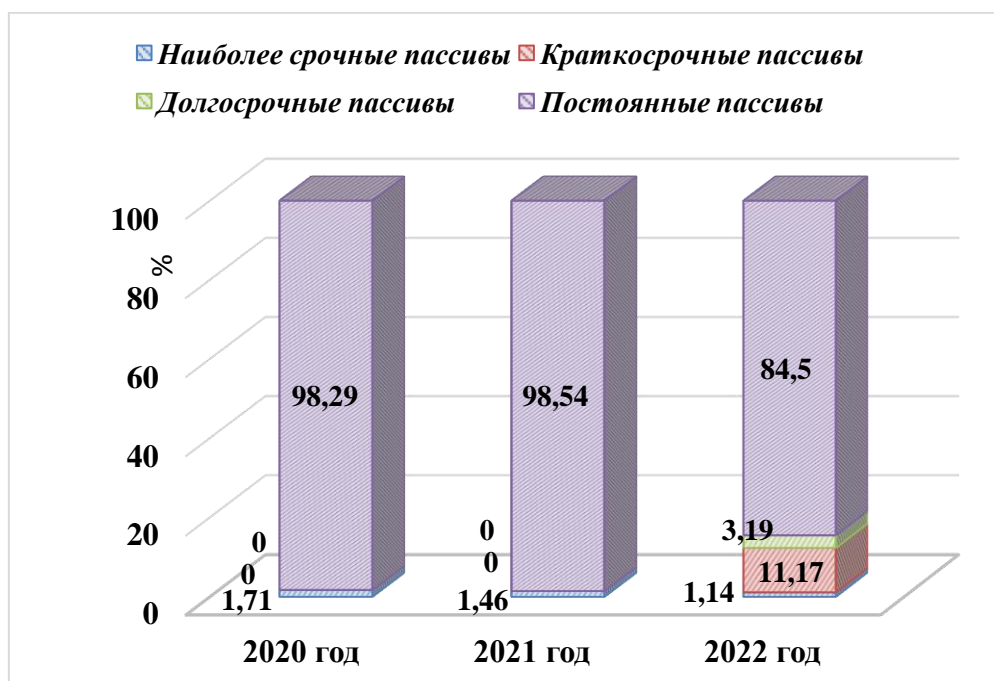


Рисунок 3. Структура пассивов баланса ООО «Альянс» по срочности погашения.

Проводимый по такой схеме анализ ликвидности баланса является приблизительным. Более детальным является анализ платежеспособности при помощи финансовых коэффициентов [4]. Коэффициенты ликвидности и платежеспособности отражают способность организации погашать свои краткосрочные обязательства легко реализуемыми средствами.

Высокое их значение говорит о хорошей финансовой устойчивости предприятия, а низкое – о возможных проблемах с погашением обязательств [2].

В таблице 3 рассмотрим относительные показатели ликвидности и платежеспособности ООО «Альянс».

Таблица 3

*Относительные показатели ликвидности и платежеспособности  
ООО «Альянс» на конец года.*

Показатель	Норматив	2020 год	2021 год	2022 год	2022 год в % к 2020 году
Общий показатель ликвидности баланса предприятия	1-2	40,15	46,01	3,93	9,79
Коэффициент текущей ликвидности	1-2	40,15	46,01	4,95	12,33
Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,7-0,8	21,19	10,14	1,41	6,65
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,5	15,72	1,02	0,12	0,76
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	>0,1	1,88	1,95	2,03	107,98
Доля оборотных средств в активах	>0,5	0,69	0,67	0,61	88,41
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	1	5,47	9,11	13,94	254,84
Чистый оборотный капитал	↑ - положит. тенденция	16640	17418	16042	96,41
Коэффициент соотношения запасов и чистого оборотного капитала	0-1	0,48	0,80	0,90	187,50
Коэффициент соотношения денежных средств и чистого оборотного капитала	0-1	0,40	0,02	0,03	7,50

Все рассчитанные в таблице 3 показатели ликвидности баланса, несмотря на динамику снижения, на протяжении всего анализируемого периода значительно превышают свои нормативные значения, что свидетельствует о нерациональном использовании предприятием оборотных средств. Этот вывод подтверждают снижение в динамике доли оборотных средств в активах Общества и показателя чистого оборотного капитала. Динамика коэффициента соотношения денежных средств и чистого оборотного капитала негативная, если в 2020 году чистый оборотный капитал покрывался денежными средствами на 40%, то в 2022 году – только на 3%. То же можно сказать и об изменении коэффициента соотношения запасов и чистого оборотного капитала – доля чистого оборотного капитала, связанная в нереализуемых запасах, имеет устойчивую тенденцию к росту, что нельзя оценить положительно. Негативным моментом является значение и динамика показателя соотношения дебиторской и кредиторской задолженности. При норме равной единице, в 2020 году он составил 5,47, в 2021 году – 9,11, в отчетном 2022 году размер дебиторской задолженности превысил кредиторскую почти в 14 раз. Такое превышение создает угрозу финансовой устойчивости ООО «Альянс» и в конечном итоге приведет к необходимости привлечения дорогостоящих кредитов и займов для поддержки текущей производственно-хозяйственной деятельности.

Таким образом, на основе анализа сложившейся ситуации можно порекомендовать руководству предприятия организовать эффективное управление задолженностью, чтобы не допустить снижения финансовых показателей, замедления оборота ресурсов, снижения возможности оплачивать свои обязательства перед кредиторами [4].

\*\*\*

1. Башкатов, В.В. Дебиторская и кредиторская задолженность: понятие, нормативное регулирование и отражение в бухгалтерском балансе / В.В. Башкатов, Е.В. Бутакова // Деловой вестник предпринимателя. – 2021. – №2(4). – С.12-16.
2. Дербичева, А.А. Актуализация функциональной роли дебиторской задолженности в достижении устойчивого финансового положения организации / А.А. Дербичева, Е.Л. Белова // Теоретические и практические вопросы развития бухгалтерского учета, анализа и аудита в современных условиях – М: Издательство: ООО «ТРП», 2019. – С. 127-133.
3. Ильин, А.Е. О некоторых аспектах управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия / А.Е. Ильин // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2021. – № 1. – С. 102-111.
4. Кулизбаков, Б.К. О принципах проведения углубленного финансового анализа и принятия решений по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью / Б.К. Кулизбаков, Б.Ю. Микива, Е.М. Давлатова. – М.: ИЦ Банковского территориального института профессиональных бухгалтеров, 2019. – 756с.
5. Чернявская, С.А. Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности коммерческой организации/ С.А. Чернявская, Н.В. Ходаринова, М.С. Воробьева, Е.Г. Завялова // Вестник академии знаний. – 2020. – №4(39). – С.368-374.

**Шакулов А.А.**

### **Формирование государственного механизма стимулирования развития цифровой экономики**

*Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова  
(Россия, Чебоксары)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-106

#### **Аннотация**

В статье раскрываются актуальные вопросы, связанные с разработкой государственного механизма стимулирования развития цифровой экономики. В процессе исследования описаны различные сценарии внедрения цифровых технологий и их прогнозируемые последствия. Также выделены составляющие элементы механизма, призванного обеспечивать переход к цифровой экономике.

**Ключевые слова:** экономика, цифровые технологии, стимул, механизм.

#### **Abstract**

The article reveals topical issues related to the development of the state mechanism for stimulating the development of the digital economy. In the course of the study, various scenarios for the introduction of digital technologies and their predicted consequences are described. The constituent elements of the mechanism designed to ensure the transition to the digital economy are also highlighted.

**Keywords:** economy, digital technologies, incentive, mechanism.

Цифровые технологии в настоящее время находятся на переднем крае развития современного общества и предоставляют странам уникальную возможность ускорить экономический рост и подключить граждан к услугам и рабочим местам. Во время кризисов - от стихийных бедствий до пандемий, подобных той, которую пережил мир в связи с вирусом COVID-19, - цифровые технологии обеспечивают связь между людьми, правительствами и бизнесом. Они позволяют находить инновационные решения сложных проблем развития и помогают предоставлять цифровые банковские и телемедицинские услуги. Так, доля цифровой экономики в ВВП развитых стран мира с 2013 по 2021 год выросла с 5,4% до 8,7%, а в ВВП

развивающихся стран - с 4,1% до 6,3%. В странах G20 этот показатель увеличился с 5,2% до 7,4% за последние пять лет. Мировым лидером по доле цифровой экономики в ВВП является Великобритания - 13,8% [1].

При правильном управлении цифровая экономика и данные могут позволить странам совершить скачок, повысить инклюзивность за счет сокращения географических и физических барьеров, способствовать инновациям и обеспечить более эффективное использование ресурсов для решения глобальных проблем развития. Однако такие положительные результаты далеко не бесспорны. Разрыв в цифровых технологиях и данных расширяется, увеличивая риск усиления неравенства между странами и внутри них. Растущая важность цифровой экономики также вызывает беспокойство, связанную с конфиденциальностью и другими правами человека, экологической устойчивостью и киберпреступностью.

Для лиц, принимающих государственные решения, расширение цифровой экономики имеет серьезные стратегические последствия. Согласно статистическим данным, цифровые технологии обеспечили более двух третей роста фондоотдачи и энергоэффективности за последнее десятилетие. К 2030 году на них будет приходиться 25% мирового ВВП [2]. В данном контексте не подлежит сомнению тот факт, что роль государства является решающей на пути внедрения и развития последних достижений науки и техники во всех измерениях хозяйственного механизма и социальной системы. Это в свою очередь предполагает создание действенной экосистемы рычагов и стимулов для поддержки становления цифровой экономики.

Таким образом, обозначенные обстоятельства подтверждают актуальность, теоретическую и практическую значимость темы данной статьи.

Механизмы государственного управления в целом и принципы регулирования экономики в различных сферах изучаются такими авторами как Муха Д., Лопатова Н., Павленко С.А., Захарян В.В., Рогожин В.М., Yao, Wei; Zhang, Weikun; Li, Wenxiu; Wang, Bo; Wang, Jianda.

Особенности влияния государственной политики на развитие цифровой экономики нашли свое отражение в трудах Дорошенко Ю.А., Малыхиной И.О., Щетининой Е.Д., Luo, Shiyue; Yimamu, Nafisa; Li, Yueran; Wu, Haitao.

В тоже время, несмотря на значительный интерес ученых к рассматриваемой проблематике и наличие широкого спектра публикаций, вопросы государственной поддержки инициатив в области цифровой экономики требуют дальнейшей проработки. Так, отдельного внимания заслуживают подходы к выработке мягкого, способствующего экономическому росту режима регулирования, который будет защищать граждан, одновременно поощряя как инновации, так и инвестиции в цифровую экономику.

Таким образом, принимая во внимание вышеизложенное, цель статьи заключается в рассмотрении особенностей формирования государственного механизма стимулирования развития цифровой экономики.

Автоматизация, прорывные инновации и технологии искусственного интеллекта уже сегодня играют важную роль во многих отраслях и секторах экономики. Глобальный институт McKinsey назвал внедрение цифровых технологий крупнейшим фактором будущего экономического роста: к 2030 г. на них, вероятно, придется около 60% потенциального роста производительности труда. Ожидается, что только искусственный интеллект обеспечит дополнительный рост экономики на 2,4% в год в период с 2023 по 2030 год [3].

Содействие внедрению цифровых технологий крайне важно, поскольку для поддержания исторических темпов экономического развития многим странам потребуется более чем удвоить темпы роста промышленного выпуска. В этом контексте развитие цифровой экономики необходимо для того, чтобы избежать негативных последствий стагнации, таких как снижение доходов, усиление неравенства и трудности с погашением кредитов для корпораций и домохозяйств.

Затягивание с внедрением цифровых технологий или даже враждебное отношение к ним несомненно будут существенно препятствовать прогрессивному развитию хозяйственных

систем. Моделирование такого сценария для стран СНГ, проведенное группой SPG, показало, что в результате увеличения импорта цифровых технологий и сокращения национальных разработок, экономический рост государств в период с 2025 по 2030 год практически сойдет на нет. Даже пассивная поддержка внедрения технологий может замедлить рост, поскольку западные страны наращивают инвестиции и активизируют государственные программы в этой сфере. Наглядно результаты данного моделирования представлены на рис. 1.



Политика распределения выгод от цифровизации

Рисунок 1. Сценарии возможных последствий цифровых преобразований в экономике в зависимости от темпов внедрения новых технологий.

Не подлежит сомнению тот факт, что переход к цифровому вектору развития знаменует собой глубокий отход от исторически сложившихся способов организации и регулирования экономики. В быстро меняющемся мире требуются новые структуры управления для решения таких вопросов, как конкуренция, налоги, конфиденциальность данных, права работников и новый взгляд на экономику рынка труда, обусловленный ростом цифровых технологий на каждом из уровней [4]. Правительствам также необходимо уделять первоочередное внимание тому, как цифровые экосистемы продуктов и услуг могут способствовать развитию цепочек создания стоимости. Например, стандартизированные процессы цифровой регистрации и верификации идентификационных данных и платежей могут повысить безопасность и скорость обмена конфиденциальной информацией и ресурсами на рыночных площадках.

Учитывая тот факт, что значительную роль в разработке цифровых технологий играет негосударственный сектор, регулирующим органам также необходимо выработать действенные механизмы сотрудничества с частными технологическими фирмами для разработки обязательных стандартов, а также для поддержки взаимодействия и опыта в различных средах. Устаревшее законодательство необходимо будет адаптировать к новым рамкам при создании цифровых кластеров и стандартов конфиденциальности, чтобы обеспечить оперативность реагирования на быстро меняющееся пространство, например, в сфере владения цифровыми активами [5].

С учетом вышеизложенного, по мнению автора, механизм стимулирования развития цифровой экономики должен включать в себя четыре ключевых области: разработка национальной стратегии внедрения технологий, реформирование системы развития человеческого капитала, создание экосистемы цифровых продуктов и услуг, формирование единой платформы с целью мобилизации всех заинтересованных сторон для участия в процессе перехода к цифровой экономике (см. рис. 2).



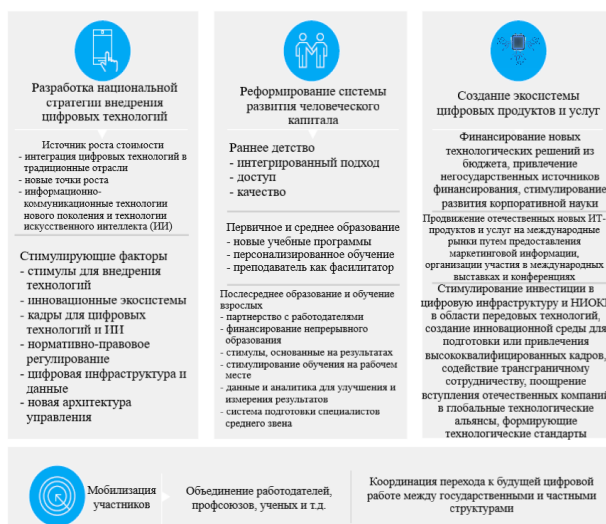


Рисунок 2. Механизм стимулирования развития цифровой экономики.

Особенностью механизма стимулирования развития цифровой экономики должно стать исключение ненужных уровней регулирования или чрезмерно предписывающих подходов, вместо этого необходимо стремиться создать конкурентное преимущество за счет более мягкой и адаптивной контрольно-надзорной среды. Также не подлежит сомнению тот факт, что любая цифровая или технологическая концепция требует капитала для запуска и роста. Финансирование на всех этапах жизненного цикла цифрового бизнеса является важной предпосылкой развития цифровой экономики. Для этого правительство должно создавать разнообразные пулы капитала и разветвленную экосистему финансирования.

Таким образом, подводя итоги проведенного исследования, отметим, что государственный механизм стимулирования развития цифровой экономики, должен включать в себя целостные инициативы по ускорению цифровых преобразований, подкрепленные стратегиями, которые могут помочь предприятиям преодолеть отставание в производительности и оставаться конкурентоспособными, повышая их устойчивость к внешним потрясениям, а также позволят смягчить сбой на рынке труда и оптимизировать механизм финансирования исследований и разработок.

\*\*\*

1. Wang, Lianghu Digital economy, entrepreneurship and energy efficiency // Energy: the international journal. 2023. Volume 269; №14; pp 112-119.
2. Хайруллин М.Ф. Инструментарий разработки финансовой стратегии в условиях цифровой экономики // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. 2023. № 4. С. 75-78.
3. Digital economy development, corporate social responsibility and low-carbon innovation // Corporate social responsibility and environmental management. 2023. Volume 30: Number 4; pp 1664-1679.
4. Волкова Е.Ю. Программный подход в развитии цифровой экономики: республика Корея и Россия // Экономика и управление. 2022. Т. 28. № 9. С. 932-943.
5. Okpalaoka, Chijindu Iheanacho Research on the digital economy: Developing trends and future directions // Technological forecasting and social change. 2023. Volume 193; pp 56-62.

**Шишкова В.С., Рой К. А.**

**Проект создания утиной фермы в новых экономических реалиях**

*Южно-Уральский государственный  
аграрный университет  
(Россия, Троицк)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-107

#### **Аннотация**

В статье рассматриваются вопросы разработки бизнес-плана с целью обоснования прибыльности и рентабельности производства продукции птицеводства, своевременности и



полноты возврата привлекаемых заемных средств за счет прибыли от реализации произведенной продукции крестьянско-фермерским хозяйством.

**Ключевые слова:** годовой план производства, оборот стада, издержки производства, маркетинговый план, процентная ставка, стартовые затраты.

### Abstract

The article discusses the issues of developing a business plan in order to justify the profitability and cost-effectiveness of poultry production, the timeliness and completeness of the return of borrowed funds from the profit from the sale of produced products by peasant farms.

**Keywords:** annual production plan, herd turnover, production costs, marketing plan, interest rate, start-up costs.

В связи с развитием многоукладной экономики и рыночных отношений в сельском хозяйстве РФ, широкое распространение получили фермерские хозяйства, основанные на новых формах землевладения и землепользования. Этому процессу способствовали радикальное изменение земельного законодательства, принятие новых нормативных актов исполнительной и законодательной власти. Сегодня фермерские хозяйства обладают большим потенциалом для развития аграрного производства в России, а также в комплексном развитии сельской местности [5].

Одна ферма может предложить несколько и даже несколько десятков рабочих мест для местных жителей, а также обеспечить жителей района здоровой и натуральной пищей. Налоги, уплачиваемые фермерскими хозяйствами, помогают увеличить местные налоговые поступления, обеспечивая финансирование общественных программ и развитие инфраструктуры в целом. Расширение сельскохозяйственного производства отражается на экономике района, региона, а затем начинает влиять на экономические условия и на национальном уровне [4].

Целью настоящего исследования является анализ вопросов разработки бизнес-плана на открытие крестьянско-фермерского хозяйства в Троицком районе Челябинской области, которое будет заниматься выращиванием уток. Данное производство требует меньших усилий по сравнению с другими секторами птицеводства и является отличным источником дохода и занятости сельского населения [6].

Предполагается, что хозяйство располагается на 45 сотках, из них пашня будет составлять 2 га под зерновые культуры. Идея заключается в создании утиной мини-фермы на 250 голов птицы. Основная продукция, которую будут получать от выращиваемого поголовья, это мясо уток, субпродукты и пух (перо).

Общая сумма средств, необходимая для организации производства, составляет 135690 рублей. Она будет направлена на покрытие затрат, представленных в таблице 1.

Таблица 1

*Затраты на организацию утиной мини-фермы на 250 голов.*

№ п/п	Наименование затрат	Кол-во, шт.	Срок приобретения	Цена за 1 ед. в руб.	Сумма, руб.
1.	Строительство утятника для молодняка + загон	1	1-й месяц	46390	46390
2.	Строительство утятника для племенных уток + загон	1	1-й месяц	169500	16 500
3.	Покупка пероци- пательной машины	1	1-й месяц	24900	24 900
4.	Закупка молодняка	250	5 месяцев	150	37500
5.	Затраты на корма (комбикорм), кг	500	1-й месяц	20,8	10400
<i>Итого:</i>					135690

Площадь каждого утятника, согласно расчёту плотности содержания уток (2-3 птицы на 1 кв. метр), должна составлять 20-25 кв. метров, т.е. за один цикл выращивания (2 месяца) будем получать около 50-55 утиных тушек. Данная плотность посадки очень удачная, так как позволяет эффективно выращивать уток даже в зимнее время, без выгула [1].

В обязательном порядке, рядом с утятником необходимо организовать загон: прогулки птицы в летнее время прекрасно скажутся на её росте и развитии. Загон следует сделать площадью 20-30 кв. метров. Обязательно приспособить навес, приблизительно, на 1/6 площади загона, это защитит птицу от прямого попадания солнечных лучей. Такое устройство птичников хорошо подойдёт и для племенных уток, и для уток, выращиваемых на мясо.

Для того чтобы вырастить 50 уток, за один цикл выращивания (2 месяца) нам необходимо потратить 0,5 тонны комбикормов. Средняя по России цена комбикорма составляет около 20,8 рублей за 1 килограмм —  $500 \times 20,8 = 10400$  рублей. Так же следует помнить об электроэнергии и прочих услугах — добавим 30 рублей на 1 птицу. В результате выращивания птицы в первый цикл, себестоимость одной утки составит 238 руб. = 208 руб. корма + 30 руб. прочие нужды, т.е. себестоимость 50 уток равна в сумме 11 900 рублей – такова расходная часть организации утиной фермы.

Далее, рассмотрим доходную часть. Средняя цена 1 килограмма утиного мяса составляет 330 рублей. Средний вес утиной тушки — 2 килограмма, то есть  $2 \times 330 = 660$  рублей за одну птицу. В результате выращивания птицы в первый цикл выручка составит  $660 \times 50 = 33\ 000$  рублей. А значит, чистый доход составит 21 100 рублей. В таблице 2 представлены данные предполагаемого закупа молодняка птицы по месяцам, а также объемы ожидаемой выручки в конце года.

Таблица 2

*Объемы производства и реализации продукции утиной мини-фермы.*

Месяц	Закупка молодняка, шт.	Стоимость, руб.	Инкубация молодняка, шт.	Себестоимость, руб.	Реализация, шт.	Сумма, руб.
1	50	7500		5950		
2	50	7500		5950	50	33000
3	50	7500		5950	50	33000
4	50	7500		5950	50	33000
5	50	7500		5950	50	33000
6			50	5950	50	33000
7			50	5950	50	33000
8			50	5950	50	33000
9			50	5950	50	33000
10			50	5950	50	33000
11			50	5950	50	33000
12			50	5950	50	33000
итого	250	37500	350	71400	550	363000

Планируемый объем реализации продукции утиной фермы в 1-ом году осуществления деятельности составит 1100 кг мяса; планируемая выручка – 363 000 рублей.

Планируемый объем затрат в 1-ом году осуществления деятельности составит –  $135\ 690 + 71400 = 207090$  рублей.

Исходя из этого, чистая прибыль составит –  $363\ 000 - 207\ 090 = 155\ 910$  рублей.

Для расчета финансового плана выручка рассчитывалась исходя из 330 рублей за кг. В объем выручки не включена сумма от продажи потрашков, инкубационного яйца, пуха. Эти допущения позволят компенсировать колебания цен на произведенные продукты [3].

Вложения инвестиций в новые проекты являются важным аспектом функционирования малого бизнеса, так как они позволяют фермерам оказывать непосредственное влияние на развитие и изменение их хозяйственной деятельности, а также являются жизненно важным

элементом финансовой безопасности на случай непредвиденных событий [2]. Это исследование предоставляет доказательства разнообразия финансовых вложений в малый бизнес и влияние ряда факторов, определяющих их уровень.

\*\*\*

1. Бобылева И.В., Киреева Н.В. Приоритетные направления теории формирования финансовой политики организации // Единый всероссийский научный вестник. 2015. № 1. С. 121-125.
  2. Бобылева, И. В. Влияние генотипа на продолжительность жизни коров и эффективность производства // Материалы научно-производственной конференции по актуальным проблемам ветеринарии и зоотехнии. Казань: КГАВМ им. Н.Э. Баумана. 2001. С. 266-268.
  3. Казанцева Л.В., Сердюк М.В., Попова И.В. Классификация сельско-хозяйственных товаропроизводителей Челябинской области по земельной площади (по результатам ВСХП-2006) // Особенности развития агропромышленного комплекса на современном этапе. Уфа: Башкирский государственный аграрный университет. 2011. С. 107-112.
  4. Попова И.В. Продуктивно-хозяйственная и организационно-экономическая оценка молочного скота разных генотипов, разводимых в зоне Южного Урала. Троицк: УГАВМ. 2002. 130 с.
  5. Dynamics of reproductive qualities of cows depending on the productive longevity / S. Yu. Kharlap, M. B. Rebezov, S. A. Gritsenko [et al.] // Agrarian Science, 2022. No. 7-8. – P. 93-97. DOI 10.32634/0869-8155-2022-361-7-8-93-97.
  6. Бобылева, И. В. Оценка влияния технологии производства продукции животноводства на ее качество / И. В. Бобылева, О. А. Давыдова // Управление будущим в контуре экономической и социальной реальности. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2019. С. 200-204.
-

## РАЗДЕЛ VIII. ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

Аслиниссо Ё.

Великий Кир-защитник справедливости

*Худжандский государственный университет им. акад. Б.Гафуров  
(Таджикистан, Худжанд)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-108

### Аннотация

В статье рассматривается вопрос изучения великого Куруша как защитника справедливости. Отмечается, что Куруш Кабир занимает почетное и высокое место в политической, социальной и культурной истории персидско-таджикского народа, представлен как великий политик и защитник справедливости.

**Ключевые слова:** Куруш Кабир. защитник справедливости персидско-таджикского народа.

### Abstract

The article dwells on the issue of the study of great Kurush being a defender of justice. It is noted that Kurush Kabir occupies an honorable and high place in the political, social and cultural history of the Persian-Tajik people, and is presented as a great politician and defender of justice.

**Keywords:** Kurush Kabir. defender of justice, Persian-Tajik people.

Кир Великий (Куруши Кабир) занимает почетное и высокое место в политической, социальной и культурной истории персидско-таджикского народа, и представлен как великий политик и защитник справедливости. Куруш (Кир) как мудрый, умный, справедливый политик и государственный деятель, пользуется высоким уважением и почтением различных народов мира. Согласно данным историков Древней Греции, во время правления Кира под одним флагом объединились народы Порты, Моды, Марва (Мари), Хорезма, Согды и других населяющих арийцами областей. То есть, впервые 2500 лет назад арийские народы образовали огромную и обширную Землю, известную как государство Ахеменидов. Изданное Киrom Великим первой Декларацией прав человека, которое являлось главным эталоном единства и сплоченности народностей великой империи, сыграла большую роль в объединении и консолидации 54 народов, проживавших более чем в 20 провинциях и говоривших на 73 языках региона [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12].

Основатель национального мира и единства – лидер нации, Президент Таджикистана Эмомали Рахмон в своем труде -«Чехраҳои мондагори» (“Портретные очерки”) на основе достоверных научно-исторических источниках дал конкретные сведения о Кире Великого, в частности, об его сражениях, открытии новых держав, о дипломатических отношениях, о защите народов, проживающих в его обширной территории. Научные выводы Главы государства относительно статуса и место Кира Великого бесспорны и неопровержимы. В частности, автор не поставил Кира Великого в одном ряду с знаменитыми завоевателями и покорителями мира, как Александром Македонским, Чингисханом, Тамерланом. Ведь Кир Великий в сражениях и походах никогда не допускал массовых убийств и был тверд и уникален в соблюдении прав человека. Он считается основателем первого цивилизованного гуманного государства в мире. Куруши Кабир был основателем той государства, которая в свое время охватывала почти всю территорию цивилизованного мира. Он объединил под одним флагом множество людей с разными языками, религиями, обычаями и традициями. Прошло две с половиной тысячи лет, но мало можно назвать государственных деятелей, которые могли бы соперничать с Киrom в этом мастерстве и таланте.

Кстати, уместно упомянуть хартию-указ, которую он дал перед въездом в другие земли и считал ее первой декларацией прав человека. Согласно историческим данным, во время своих походов на различные области, особенно Порту, Гургон, Лидию, Малую Азию, Кавказ,

Вавилон, Вароруд и тд, он освобождал своих подчиненных и пленников и не допускал их эксплуатации. В августе 539 года, во время завоевания Вавилона, Кир освободил евреев, много лет находившихся в плену у вавилонского царя Набонида, и позволил им вернуться на свою родину-Израиль. Он обеспечил их безопасность и сделал много улучшений и благоустройств в городах Вавилона. Отдал дань их обычаям. Эту мысль Кир Великий выразил в статье 25 своей Декларации по правам человека, которая была опубликована в 539 г. до н.э., а также известной как Манифестом Кира, следующим образом: «Я установил мир в Вавилоне и во всех его священных городах... Я отменил иго, которое было наложено на них. Я принес покой в их разрушенные дома и положил конец их жалобам». В 32-ой статье он отмечает: «...Я собрал всех их [пленных] жителей, освободил и вернул в их жилища» [3, 24].

Благодаря усилиям известного таджикского ученого Парвона Джамшеда сегодня мы имеем возможность ознакомиться с персидско-таджикским переводом данного документа. В нем читаем: «Я — Куруш, царь Вселенной, великий царь, могучий царь, царь Вавилона, царь Шумера и Аккада, царь четырех стран света, сын Камбиза, великого царя, царя Аншана, внук Кира, великого царя, царя Аншана, потомка Чишпиша, великого царя, царя Аншана, из исконно царского рода, правление которого любят Бел и Набу, которого они желают иметь царем, чтобы сердца их были довольны [2, 39].

Еще в пятом веке до нашей эры царь царей Кир Великий подчеркивал в своей Декларации общечеловеческие ценности и права человека, которые не утратили своего значения и по сей день. Критерии этой Декларации заключаются в том, что «никто не имеет права нанимать кого-либо и не платить ему»; «каждый волен выбирать любую религию, какую ему нравится», «он волен селиться в любом месте», «исповедовать любую религию и секту, в которые он верит, и исповедовать свои убеждения... не нарушать права других»; «каждый отвечает за свои действия» и т.д.

Это ценности, занимают центральное место в системе прав и свобод человека. Декларация Кира Великого является - одним из священных и сакральных источников Ахеменидского государства, в котором четко изложены право на свободу вероисповедания, свободу передвижения, выбор места жительства, право на собственность и т. д.

Правовые нормы Декларации Кира Великого не утратили своей сути и значения до настоящего времени. Их можно наблюдать в международных документах, в том числе во Всеобщей декларации прав: После принятия Декларации Кир Великий приобретет большой авторитет и еще больше влияние не только среди своего народа, но и среди народов, и станет в одном ряду с великими личностями своего времени. Вот что пишет об этом академик Бобожан Гафуров в своей книге «Таджики». «Ахемениды в отличие от предшествовавших им других древневосточных царей в высшей степени терпимо относились к религиям других народов и даже восстанавливая храмы в различных странах (например, в Вавилонии и Иудее). Большой популярностью пользовался основатель государства Кир, которого персы называли его своим отцом, вавилоняне - посланником вавилонского бога Мардука, греки - великим государственным деятелем, а евреи-мессией Бога Яхве» [1, 103].

Таким образом, Декларация по правам человека Кира Великого считается первым документом в истории системы правоотношений, права и свобода совести, права на неприкосновенность жилища и его реализации. В настоящее время Манифест Кира Великого хранится в Британском музее в разделе «Древний Иран». Его копия как старейшего указа признанного порядка взаимопонимания и сосуществования наций, как документ, выражающий права и свобод граждан, хранится в Ассамблее Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке Из этой исторической находки подготовлены 100 экземпляров, где выставлены в музеях мира, в том числе в Национальном музее Таджикистана.

Цилиндр Кира Великого был обнаружен в 1879 году британским археологом ассирийского происхождения Ормузом Расомом, в великом храме Эсагилы (храм Мардука, храм, посвященный Мардуку, богу-покровителю Вавилона) в древнем городе Вавилон в Месопотамии. Длина цилиндра составляет 23 сантиметра, а ширина 11 сантиметров. Он написан в 40 строках аккадской и вавилонской клинописью. Археологи в начале предполагали, что текст данного цилиндра составлен одним из вавилонских царей. Однако после изучения каллиграфов стало ясно, что данный надпись была написана в 539 г. до н.э., когда иранская армия вошла в Вавилон и завоевала этот город по приказу Кира Великого, основателя

государства Ахеменидов. Перевод и публикация текста этого глиняного цилиндра показали, что то, что было найдено в земле Вавилона, является первым международным документом по правам человека.

Как известно, в период правления Кира Великого и существования великой империи Ахеменидов была создана определенная законодательная и правовая система. Декларация Кира Великого, восходящая к арийской культуре и исходящая из гуманных принципов, является первым историческим документом, поддержавшим уважение прав, свободу религии и убеждений, защиту собственности граждан. Этот исторический юридический документ высоко поднял статус и репутации Кира как в древности, так и в настоящее время. Принимая во внимание все качества Кира Великого, следует отметить, что в действительности Кир является царем, посланного Всевышним. Как говорит древнегреческий драматург Эсхил: «Кир Великий был самым счастливым человеком. Он был милостив, и Бог возлюбил его» [3, 27].

Куруш Кабир считается одним из исторических деятелей, получивших мировую известность в истории человечества своей мудрой политикой открытия новых стран, созданием могущественной и централизованной арийской империи, своим гуманизмом и справедливостью. Он является одним из авторов первой Декларации прав человека, в которой еще 2600 лет назад подчеркивалось соблюдение прав и свобод человека и для нас, таджиков, это есть предмет гордости, что именно наши предки установили такую систему, управления, менеджмент и ритуал государственности и уважения к человеческому статусу.

Следует отметить, что сегодня в Республике Таджикистан действуют Конституция и Уполномоченный по правам человека. Открытие «Парка Куруши Кабира» в Душанбе и учреждение военного лица «Наследники Куруши Кабира» – это есть дань уважения нашего народа перед большим заслугам Кира Великого в развитии мировой цивилизации.

\*\*\*

1. Фафуров, Б. Тоҷикон. Душанбе: Нашриёти муосир, 2020. 976 с.
2. Иброҳимзода З. Аввалин муаллифи Эълумияи ҳуқуқи башар // Мероси ниёгон. 2019. №21. С.39-41.
3. Маҳмудов Д. Куруши кабир // Тоҷикистон. 2013. №1-3. С.23-27.
4. Раҳмон Э. Чехраҳои мондагор. Душанбе: ЭР-граф, 2016. 364 с.
5. Ульмасова З. Борьба добра и зла в рассказах Фаридуна Фарход-заде // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. 2018. № 6. С.182-188.
6. Ульмасова З. Развитие исторического романа в современной таджикской литературе // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. 2015. № 2(32). С.133-136.
7. Ульмасова З. Сатира и юмор в поэзии таджикских и узбекских писателей XIX века и начала XX вв. (на примере поэзии Махмура, Муками и Тошходжи Асири) // Вестник Педагогического университета. 2022. № 3(98). С.241-247.
8. Ульмасова З. Специфичность применение пословиц, поговорок и фразеологизмов в творчестве Сорбона // Вестник Педагогического университета. 2020. № 4(87). С.152-156.
9. Ульмасова З. Методологические исследования исторических романов // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук. 2020. № 4(261). С.98-101.
10. Ульмасова З. Анахронизмы в романе Сорбона "Поэма о божьем сыне" // Словесность. 2018. № 4. С.92-102.
11. Ульмасова З. Изображение исторических событий в трилогии Дж. Икрами // Словесность. 2019. № 4. С.83-93.
12. Ульмасова З. Образ Камола Худжанди в прозе эпохи независимости (на примере исторического романа а'зама Сидки "Тропа судьбы") // Словесность. 2020. № 4. С.76-87.

**Батыров А.Б., Саньярова Р.Р.**

**Концепт «труд» и его отражение во фразеологизмах башкирского и туркменского языков**

*Уфимский университет науки и технологий  
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-109

#### **Аннотация**

В данной статье проанализирован концепт «труд» на примере фразеологизмов башкирского и туркменского языков, так как именно в семантике фразеологизмов отражается социальный и культурный опыт разных народов, а труд является значимым компонентом

системы ценностей, о чем свидетельствует большое количество фразеологических единиц, концептуализирующих различные аспекты трудовой деятельности.

**Ключевые слова:** туркменский язык, башкирский язык, фразеологизм, концепт, труд, мировоззрение.

### Abstract

This article analyzes the concept of "labor" on the example of phraseological units of the Bashkir and Turkmen languages, since it is in the semantics of phraseological units that the social and cultural experience of different peoples is reflected, and labor is a significant component of the value system, as evidenced by a large number of phraseological units conceptualizing various aspects of labor activity.

**Keywords:** Turkmen language, Bashkir language, phraseology, concept, work, worldview.

Исследование концепта «труд» на примере фразеологизмов башкирского и туркменского языков является актуальным, так как фразеологический корпус языка рассматривается учеными как один из основных источников для лингвокультурологического анализа культурных концептов, а также одним из значимых, ключевых концептов любого общества, актуальность которого в жизни социума несомненна, является социолингвокультурный концепт «труд» – от отношения к труду зависит, в конечном итоге, существование нации.

Действительно, фразеологизмы являются одним из уникальных способов понимания мировоззрения людей. Г. В. Редько и А. А. Еремеева считают, что фразеологизмы «несут определённую информацию: они отражают историю народа, особенности культуры и быта, национальный характер и картину мира» [7, с. 101]. Аналогичного мнения придерживается А. А. Ергазина, подчёркивая, что «фразеологизм является носителем культурной информации, где сохраняется, воспроизводится менталитет, культура, духовность народа» [4, с. 75]. В отношении взаимосвязи между фразеологизмами и народом, авторы придерживаются мнения, что, изучая данную тему, учёные погружаются в историю духовного мира народа, изучают менталитет, а также ищут общие точки соприкосновения между разными общинами [1, с. 15]. Так как фразеологизмы помогают лучше узнать людей иной культуры, а также найти между ними общее, мы проанализируем мировоззрения башкир и туркмен на примере концепта «труд». Т. М. Аюпов в своём труде «Эволюция башкиро-туркменского этнокультурного взаимодействия от Средневековья до наших дней» находит внушительное количество исторических взаимосвязей между культурами [3, с. 71]. Среди основных мы отметим: 1) общие территории проживания из-за миграции; 2) схожие сюжеты в фольклоре; 3) общие слова для обозначения одних и тех же явлений, наличие общих черт в языке; 4) образование семей между туркменами и башкирами в связи с миграцией; 5) совместная военная служба, особенно в период ВОВ, что поспособствовало укреплению отношений.

Таким образом, мы видим, что туркмены и башкиры взаимодействуют друг с другом много веков. У них есть не только схожие черты в языках, но и многовековая общая история, узы, которые не разорвать. И мы также можем предположить, что к труду башкиры и туркмены относятся одинаково.

Е. И. Сарычёва и Т. Е. Козлова считают, что концепт – это «многомерное смысловое образование, принадлежащее коллективному сознанию, выраженное посредством языка, включающее в свою структуру личный и народный культурно-исторический опыт» [6, с. 234]. Г. А. Крюкова подтверждает данное суждение и считает, что концепт ограничен сознанием носителя языка [5, с. 132]. Иными словами, тот же самый концепт «труд», в теории, в туркменском и башкирском языках может обозначать совершенно разные вещи, в зависимости от того, как представители народа относятся к ремеслу и физической активности.

Концепт «труд» вызывает у людей общие ассоциации, среди которых мы можем выделить:



1. Целесообразные действия для удовлетворения потребностей.
2. Физическая деятельность для создания благ человечества.
3. Мыслительный процесс для решения проблем.
4. Мыслительные и физические процессы, которые обязательно направлены на улучшение и увеличение благосостояния общества, на созидание, а не разрушение.
5. Неподъёмные страдания во благо человечества или для решения судьбы отдельных людей.
6. Результат от труда должен быть положительным, он достигается благодаря большим усилиям.

Труд вызывает определённо положительные ассоциации, трудолюбивый человек восхваляется, он лучше лентяев и лодырей. Труд непрерывно связан с физической активностью, с постоянным движением и умственной работой.

Отношение к труду также связано с многовековой историей башкир. Так как башкиры являются кочевым народом, они издревле не привыкли находиться на одном месте. Постоянные перемещения требовали выносливости. Они занимались не только хозяйством, но и ремеслом, торговлей, обменом с соседями полезными ресурсами, имели опыт в работе с металлом. В современности башкиры ведут оседлый образ жизни, люди проживают в городах. Но традиции не забыты, ведь есть и те, кто продолжает трудиться в деревнях, есть общины, где башкиры разговаривают только на родном языке. Они менее активно взаимодействуют с благами современности и работают руками, занимаются скотоводством и вспахивают землю для урожая. Мы можем сделать вывод, что башкиры чтят труд, он находится у них в почёте. Труд – это свет, это возможность развиваться и питаться, в то время, как лень абсолютно не приветствуется.

В башкирском языке для отображения концепта «труд» используются слова: эш, хезмэт. Слова являются синонимами во многих случаях, но стоит уточнить, что «эш» используется чаще и в более широких понятиях, чем «хезмэт». Последний же употребляется зачастую в значении «службы в армии». Для того, чтобы доказать, что башкиры уважительно относятся к ремеслу, приведём в пример несколько фразеологизмов с данными словами: ике кулга бер эш – посильная работа; кара эш – 1) чёрная работа; 2) тёмное дело, злонамеренное деяние; кулдан эш килеү – знать толк в работе; кызыу эш – горячая пора; эш итеү (йэки кылыу) – 1) действовать, заниматься делом; 2) осуществлять, воплощать в жизнь; эш башы – начало дела, зачин, почин; эш бешеү – удаваться, получаться (о деле, работе), соотв. дело выгорело; эш бозоу – расстроить (испортить), развалить, разладить дело, соотв. заварить кашу; эш бөтөү – решить проблему; закончиться, покончить с чем-л.; эшем эйәһе (йэки кешеһе) – ирон. работяга, трудяга; эшен килтереү – проучить, всыпать кому; эш ирегеү – заниматься ерундой, бездельничать; эш күреү – принять меры; эш күрһәтеү – показать себя в деле; эшкә ашыу – осуществляться, воплощаться в жизнь; эшкә ярау – 1) быть способным; 2) быть полезным, пригодным; эш кузғатыу – заниматься делом; эш кулы – бабочие руки, рабочая сила; эш кыйратыу (йэки кырыу) – ирон. делать, сделать; эш сығыу – 1) добиваться успеха; 2) выйдет толк; эште бозоу – разладить дело; эште тәйнәү – решить вопрос, проблему; поставить точку; эштән сығыу – 1) обессилеть, утомиться; 2) быть, стать неприглядным; 3) износиться, испортиться, выйти из строя; эш узған – дело прошлое, время упущено и т.д.

Это лишь небольшое количество примеров, но они уже помогают понять, как башкиры относятся к работе. Они приветствуют всё, что относится к полезному времяпрепровождению, порицают за лень и считают, что нет ничего лучше, чем работа, поскольку она кормит и делает человека выносливее, здоровее, благороднее. По мнению исследователя В. В. Катаринского, пословицы и поговорки на башкирском языке всегда отличались трепетным отношением к труду, фразеологизмы всегда восхваляли умственную и физическую активность, а безделье и лень порицались [8, с. 59].

Туркмены, как и башкиры, издревле занимались кочевым скотоводством, орошали земли, раньше они постоянно перемещались, у них преобладали полукочевые формы хозяйства

и быта, происходило сочетание поливного земледелия и отгонного экстенсивного скотоводства [2, с. 17]. То есть, мы можем предположить, что отношение к труду у них схожее с башкирами. Например: *altyn eli* (букв. с золотыми руками); *ussat eller* (букв. умелые руки); *işiniñ soltany* (букв. султан своего дела); *gaga at ǵaly işle* (букв. работать как ломовая лошадь); *kelläñizi galdyrman* (букв. не поднимая голову); *ellerdäki ot oǵnaǵar* (букв. огонь в руках играет) и т.д.

Приведённые фразеологизмы позволяют сделать вывод о том, что у туркмен и башкир действительно много общих черт в мировоззрении. Поскольку у них есть общая многовековая история, они не могли жить в мире и согласии без общего отношения к миру. Труд является основой жизни человека, и туркмены, и башкиры относятся к нему одинаково с почётом, с уважением. Проведенный анализ показывает, что концепт «труд» достаточно широко представлен во фразеологических системах двух исследуемых языков.

Таким образом, концепт «труд» является одним из базовых концептов в разных языках и культурах, занимает важное место в системе ценностей.

\*\*\*

1. Алексеева Ю. Ю. Фразеология как отражение национального мировоззрения народа // Вестник науки. – 2020. – № 4 (25). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologiya-kak-otrazhenie-natsionalnogo-mirovozzreniya-naroda> (дата обращения: 06.09.2023).
2. Аминов И.И. Социально-экономический строй туркмен в доколониальный период // Вестник Московского университета МВД России. – 2015. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskiy-stroy-turkmen-v-dokolonialnyu-period> (дата обращения: 06.09.2023).
3. Аюпов Т. М. Эволюция башкиро-туркменского этнокультурного взаимодействия от Средневековья до наших дней // Известия АлтГУ. Исторические науки и археология. – 2020. – № 2 (112). – С. 71-76.
4. Ергазина А. А. Фразеологизм как микротекст и выражение культурного кода народа // Проблемы востоковедения. – 2022. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizm-kak-mikrotekst-i-vyrazhenie-kulturnogo-koda-naroda> (дата обращения: 06.09.2023).
5. Крюкова Г. А. Концепт. Определение объема содержания понятия // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2008. – № 59. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-opredelenie-obema-soderzhaniya-ponyatiya> (дата обращения: 06.09.2023).
6. Сарычева Е. И. Концепт и его сущность. Концепт в контексте лингвокультурологии / Е. И. Сарычева, Т. Е. Козлова // Молодой ученый. – 2018. – № 40 (226). – С. 231-234. – URL: <https://moluch.ru/archive/226/52911/> (дата обращения: 06.09.2023).
7. Редько Г. В., Еремеева А. А. Фразеологизмы как языковая универсалия, отражающая национальную культуру народа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – № 1 (232). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizmy-kak-yazykovaya-universaliiya-otrazhayuschaya-natsionalnuyu-kulturu-naroda> (дата обращения: 06.09.2023).
8. Файзуллина Л. Р. О трудовом воспитании детей в “Букваре для башкир” В. В. Катаринского // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-trudovom-vospitanii-detey-v-bukvare-dlya-bashkir-v-v-katarinskogo> (дата обращения: 11.08.2023).

**Исянгулова Г.А., Акилова М.Ф.**

## **О параметрических прилагательных йыуан “толстый” – нэзек “тонкий” в башкирском языке**

*Уфимский университет науки и технологий  
(Россия, Уфа)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-110*

### **Аннотация**

Обозначаемые параметрическими прилагательными характеристики, градуируемые на соответствующих шкалах размера, объема, величины, горизонтали, вертикали и т.д., лежат в основе различных антонимических групп и среди них на первый план выступают качественные адъективные слова, называющие базовые физические характеристики объектов, доступные зрительному восприятию, типа йыуан “толстый” – нэзек “тонкий”, которые объединены семантическим компонентом “толщина”.

**Ключевые слова:** параметрические прилагательные, тонкий, толстый, градуальность.

**Abstract**

The characteristics denoted by parametric adjectives, graded on the appropriate scales of size, volume, magnitude, horizontal, vertical, etc., are the basis of various antonymic groups, and among them qualitative adjectival words come to the fore, naming the basic physical characteristics of objects accessible to visual perception, such as *yiwang* “thick” – *naek* “thin”, which combined by the semantic component “thickness”.

**Keywords:** parametric adjectives, thin, thick, gradation.

Параметрические имена прилагательные составляют порядковую шкалу, в центре которой находится представление о норме параметрического признака предмета, а крайними точками являются параметрические прилагательные, которые являются антонимами, например: большой – маленький т.д. Это прилагательные, которые обозначают физические признаки, поддающиеся точному измерению (высокий – низкий, широкий – узкий, тяжелый – легкий, толстый – тонкий, длинный – короткий, глубокий – мелкий и т.д.). Специфика данных прилагательных заключается в том, что они дают характеристику разным признакам предметов, которые отличаются способностью к градуированию. Эти имена прилагательные можно разделить на группы: “высота”, “ширина”, “толщина”, “вес”, “длина”, “глубина”.

Группу “толщина” в башкирском языке представляют имена прилагательные *йыуан* “толстый” – *нэзек* “тонкий”.

Лексема *йыуан* “толстый” в башкирском языке достаточно часто встречаются в башкирских пословицах и поговорках. Например: *Йыуаштан йыуан сыға. – В тихом омуте черти водятся. Канса йыуан булһа ла, яңғыз ағас өй булмаҫ. – досл. Хотя дерево толстое, из него дом не построишь. Катының тинтэк булһа, камсың йыуан булһын. – досл. Чем жена бестолковее, тем толще должен быть кнут. Һурпа эскәндең карыны йыуан, ит ашағандың балтыры йыуан. – досл. Кто любит суп, у того желудок большой, кто любит мясо, у того голень толстая. Йыуан йыуанды күрә алмай. – досл. Толстый толстого ненавидит.*

Прилагательное *йыуан* в башкирском языке имеет несколько значений:

1. Толстый (об округлых продолговатых предметах). *Йыуан кайын* (толстая берёза). *Йыуан еп* (толстая нитка). *Йыуан бүрәнә* (толстое бревно). *Бүрәнәнән йыуан башы кемдә булһа, шуға ауыр. – досл. У кого толстый конец бревна, тому тяжело* (Пословица). *Таяк ике башлы була, йыуаны үзеңә төшмәһән. – досл. У палки два конца, чтобы тяжёлая тебе не попала* (Пословица).
2. Толстый, тучный, полный. *Йыуан ир* (толстый мужчина). *Йыуан аяк* (полная нога). *Бәйге алмаған йүгеректән биле йыуан биш артык. – досл. Лучше толстая лошадь, чем скакун, который не взял главный приз. Беләге йыуан берзе йығыр, белеме йыуан меңде йығыр. – досл. У кого толстая рука, победит одного, у кого есть знания, победит многих.*
3. Низкий (о голосе). *Йыуан тауышлы* (с низким голосом). *Берәү йәмһез, йыуан тауыш менән олой. – Кто-то воет некрасивым, низким голосом* (А. Таһиров) [1, 240-241].

В башкирском языке данное слово встречается в составе: 1) этнонимов: *йыуанбеләк*, *йыуан куныс*, *йыуаннар* (названия родовых подразделений башкир); 2) зоологических терминов: *йыуан корһак күбәләктәр* (коконопряды); 3) анатомических терминов: *йыуан тамыр* (сонная артерия); 4) *йыуан ат* (диал.) (лошадь старше 5 лет); 5) фразеологизмов: *йыуан корһак* (толстое брюхо, толстопузый; богач). *Йыуан корһактар, был һүззе ишеткәс, ярыла яззылар. – Богачи чуть не лопнули, услышав об этом* (Г. Давлетшин); *таяктың йыуан башы төшөү* (йәки *эләгеү*) (пострадать больше всех); 6) в составе слов, образованных от данного корня: *йыуантык*, *йыуантак* (полноватый, толстоватый). Примеры: *Ишекте капыл асып, бүлмәгә йыуантык кәүзәле өстөнә эш кейеме кейгән бер эшсе инде. – В комнату вошёл полноватый рабочий в спецовке* (Г. Ибрагимов). *Малайзарзың береһе – нэзек озон буйлы, кара сәсле, икенсәһе –*

кыска йыуантак кәүзәле, куныр сәсле. – Один из мальчиков – высокий и худой, с черными волосами, второй – невысокого роста, полноватый, темноволосый (Н. Гаитбаев).

К синонимам йыуан можно отнести прилагательные һимез и көр. Һимез в башкирском языке имеет 2 значения:

1. Жирный (по отношению к еде, пище). Изелгән әсе корот менән катыштырып, кара борос һалып ебәргән был һимез ит һурпаһы Юлдашка тағы ла тәмлерәк тойолдо. – Жирный мясной бульон с кислым курутом и черным перцем Юлдашу казался очень вкусным (З. Бишева).
2. Полный, толстый, тучный, упитанный (по отношению к человеку и другим живым существам). Һимез, ауыр кәүзәһен көскә күтәрәп, Дилара урынынан торзо. – Дилара кое-как подняла свое полное тело (Х. Зарипов) [3, 541].

Также в качестве иллюстративного материала можно привести следующие пословицы и поговорки: Аты һимез, юлы тигез. – досл. У кого лошадь толстая, у того дорога ровная. Атың һимез булһа, юлың кыска булыр. – Если лошадь толстая, то дорога короче. Һигез һарык һуйғансы, һимез һарык һуй. – досл. Лучше одна упитанная овца, чем 8 худых овец. Һимез куйзың ғүмере кыска. – досл. У толстой курдючной овцы жизнь коротка. Ябык итте һигез капкансы, һимез итте бер кап. – досл. Лучше один раз откусить жирное мясо, чем восемь раз откусить нежирное мясо. Юлдың тигезе, малдың һимезе, ирҙен оҫтаһы, һүзҙен кыскаһы якшы. – досл. Выбирай ровную дорогу, упитанный скот, мужчину мастера на все руки, короткое слово.

У слова көр употребляется в четырех значениях:

1. Упитанный, откормленный (о скоте). Көр мал (упитанный скот). Өйөрзәге йылкылар, көтөүзәге һыйырҙар, кәзәләр, һарыктар быйыл көр күренә. – Лошади, коровы, козы, овцы в этом году кажутся упитаннее (Т. Янаби).
2. диал. Упитанный (о человеке). Арғы мөйөштә ике музыкант. Уларзың береһе мискә кеүек йыуан, көр кәүзәле. – На дальнем углу два музыканта. Один из них толстый как бочка, упитанный (Х. Мухтар).
3. Сильный. Көр тирәктәр (сильные тополя). Тәүзә ул [Азаматов] өй алдында бейек булып үскән эре георгин сәскәләренә күз ташланы. Сәскәләр көр. – Он [Азаматов] посмотрел на крупные высокие георгины, растущие перед домом. Сильные цветы (А. Вали).
4. перен. Бодрый. Көр күнелле (Бодрое настроение). Бер кыз көр, батыр тауыш менән йырап ебәрзе. – Одна девушка запела бодрим, смелым голосом (Б. Ишемгул) [1, 683].

Лексема көр часто встречается в пословицах и поговорках башкирского языка: Тамағы туктың күнеле көр. – У сытого настроение бодрое. Кулы керһезҙең күнеле көр. – У кого руки чисты, у того настроение бодрое. Тамак – көр, өҫ – нур. – Если сыт, то вид довольный. Язғы көн – ярты аҡыл, көзгө көн – көр аҡыл. – От весеннего дня не знаешь чего ждать, а осенний день кормит.

Антонимом прилагательного йыуан выступает слово нәзек, которое также является многозначным словом:

1. Тонкий. Нәзек ағас (тонкое дерево). Нәзек бағана (тонкий столб). Нәзек еп (тонкая нитка). Нәзек, озон буйға үскән Кызыл буйының талы. – досл. Тонкая ива на берегу реки Кызыл выросла длинной (Из народной песни).
2. Тонкий, узкий. Нәзек каш (тонкая бровь). Нәзек мыйык (тонкие усы). Нәзек һызык (узкая линия). Былай бер катлырак күренһә лә, кыз үткер караштарзы, кымтылған нәзек ирендәрзәге кырыслығын һизмәй калманы. – Хотя девушка и казалась простушкой, она не смогла не заметить зоркий взгляд, суровость в поджатых губах (Д. Буляков).
3. Тонкий; худой. Нәзек бармак (тонкий палец). Нәзек аяк (тонкая нога). Уның алдында элекке күрәп туймаҫлык һылыу, зифа буйлы, нәзек билле Зөләйха

- ултыра икэн. – Перед ним сидела прежняя стройная с тонкой талией красавица Зулейха (Из сказки).
4. Слабый, хилый. Нэзек кулдары калтырап тора. – Слабые руки дрожат.
  5. Высокий, тонкий (о голосе). Нэзек тауыш (тонкий голос). Нэзек кенэ, моңло ғына йыр тауышы ишетелә. – Слышен высокий, мелодичный голос (К. Мәргән).
  6. диал. лёгкий. Нэзек шәл (легкая шаль). Нэзек кенә ебәк күлдәк. – Лёгкое шёлковое платье.
  7. диал. деликатный. Нэзек мәсьәлә (деликатная проблема). Һораузың нэзек яғы ла бар. – Есть и деликатная сторона вопроса [2, 607-608].

В качестве антонима прилагательного йыуан в башкирском языке выступает также прилагательное ябык (худой, тощий, истощённый, исхудалый). Ябык мал (тощий скот). Ябык ит (нежирное мясо). Ябык кеше (худой человек). Сиктән тыш ябык, елкәләре сейләнгән аттарға карап тороуы имәнес ине. – Было страшно смотреть на худых лошадей с натертыми до крови шеями (А. Абдуллин). Төргәктәр өстөндә, мөлдөрәшәп карап, ябык ят кешеләр ултыра. – На тюках с умоляющим видом сидят истощённые люди (Р. Низамов).

Данная лексема также часто встречается в башкирской языковой картине мира, особенно в пословицах и поговорках. Например: Ябык мал язға сыкһа, уйнаклар. – Тощий скот весной начинает резвиться. Ябык булһа ла, йылкы елегә булһын. – Хоть и тощий, главное, чтобы кости целы были. Ир ярлы булһа, яурак булыр, ат ябык булһа, тайлак булыр. – Если мужчина бедный, то он будет изнурённым, если лошадь тощая, то она как годовалый жеребёнок. Ябык тайзы хурлама, яззы үтһә, ат булыр. – Не охайвай тощего жеребёнка, весной станет лошадыю.

Антонимами ябык в башкирском языке выступают лексемы арык, яшык, сандыр, сибек, какса, янбашына күнәк элерлек, как һөйәк [6, 135-136].

Арык чаще используется в значении “худой и немощный”, яшык – “очень худой, тощий”, сандыр, какса – “сухощавый, сухопарый”, сибек – “хилый”, как һөйәк (досл. одни кости) – “отощавший”, янбашына күнәк элерлек (досл. на кости можно ведро повесить) – “очень тощий” (обычно о скотине). Например: Арык ат һимерһә, янына курйын бәйләтмәс. – Если тощую лошадь откормить, не даст суму перевязать. Арык атка ла камсы ла йөк. – Тощей лошади и кнут тяжёлый груз. Арык атка менгәнсе, аяғыңа мен. – Лучше иди пешком, чем верхом на тощей лошади. Арык булһа ла, һарык асра. – Лучше худая, но овца. Арык мал язға сыкһа, уйнаклар. – Даже тощий скот весной начинает резвиться. Уғы байымаһ, яшык һимермәс. – Вор не разбогатеет, тощий не потолстеет. Киленең сибек булһа – бирзе Хозай, киленең убыр булһа – орзо Хозай. – Если невестка хиленькая, слава богу, если невестка обжора, не дай бог. Каклаған ит бурһыкмай, какса кеше картаймай. – Вяленое мясо не испортится, сухопарый человек не состарится.

Таким образом, содержанием параметрической нормы являются представления об определенных размерно-количественных характеристиках того или иного объекта, также параметрическим прилагательным йыуан “толстый” – нэзек “тонкий” свойственна высокая частотность и способность сочетаться с широким кругом имен существительных.

\*\*\*

1. Башкорт теленең академик һүзлеге. Т. 4 / Ф.Ф.Хисметдинова редакторлығында. Өфө: Китап, 2012. 944 бит.
2. Башкорт теленең академик һүзлеге. Т. 6 / Ф.Ф.Хисметдинова редакторлығында. Өфө: Китап, 2014. 944 бит.
3. Башкорт теленең академик һүзлеге. Т. 9 / Ф.Ф.Хисметдинова редакторлығында. Өфө: Китап, 2017. 980 бит.
4. Васютина В.С. Структурные особенности лексико-семантической группы параметрических имен прилагательных // Исследования молодых учёных. 2020. № 8 (24). С. 27.
5. Михеева С.Л. Параметрические прилагательные русского языка: антропоцентричность семантики и каузативный потенциал // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. 2019. № 3 (103). С. 135-140.

6. Ураксин З.Ф. Башкорт теленен синонимдар һүзлеге. Өфө: Башкортостан китап нәшриәте, 1985. 164 бит.

**Кажарова И.А.**

**О структуре и аксиологическом подтексте мемуарных очерков С.Х. Сиюхова**

*ИГИ КБНЦ РАН  
(Россия, Нальчик)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-111

**Аннотация**

Статья затрагивает некоторые структурные особенности мемуарных очерков С.Х. Сиюхова. Отмечается основной аксиологический мотив его мемуаристики, выявляются принципы изображения героев, сопряженные с авторским выбором наиболее предпочтительной точки зрения.

**Ключевые слова:** Сефербий Сиюхов, система ценностей, мемуарный очерк

**Abstract**

The article touches upon some structural features of S.H. Siyukhov's memoir essays. The main axiological motive of his memoiristics is noted, the principles of portraying heroes associated with the author's choice of the most preferred point of view are revealed.

**Keywords:** Seferbiy Siyukhov, value system, memoir essay.

Сефербий Хацуцевич Сиюхов (1887–1966) – одна из ярких фигур третьего этапа адыгского просветительства, временная длительность которого определяется с конца XVIII по начало XX столетия. Он принадлежит к поколению, которому выпало жить на изломе двух антагонистичных эпох. Первые шаги на ниве просветительства он сделал еще при царской России, а при советском строе, едва получив долгожданную возможность для воплощения идей, казалось бы, более чем востребованных временем, оказался в числе национальных интеллигентов, обвиняемых в «буржуазном национализме», со всеми вытекающими из этого репрессивными последствиями. В рассуждениях о прогрессивных деятелях этой плеяды всегда приводится мотив утраты и реконструкции утраченного. В случае С. Сиюхова он еще усиливается тем, что в системе его ценностей реконструкция утраченного имела особую значимость.

Не столько ностальгическое, сколько движимое стремлением уловить его разноречивые оттенки запечатление ускользающего времени и лиц, известных и не очень, неоднократно побуждали С. Сиюхова к написанию воспоминаний, историко-этнографических и мемуарных очерков. Ряд таких очерков опубликован в составленной Р.Х. Хашхожевой книге «Сефербий Сиюхов. Избранное» (1997) [2]. Насколько свидетельствует предисловие этого сборника, и то обстоятельство, что в опубликованной несколькими годами раньше книге К.И. и А.К. Бузаровых «Сефербий Сиюхов – адыгский просветитель» (1991) [1] был приведен лишь один из его очерков, можно говорить о том, что очерковая мемуаристика С. Сиюхова в наиболее полном виде впервые была представлена читателю именно Р.Х. Хашхожевой. Кратко характеризуя эти очерки, она условно группирует их согласно степени знакомства автора с героями, о которых он повествует: несколько очерков посвящено «людям, с которыми он общался и хорошо знал («Батмырза Педисов», «Хаджет Карбековна Цей», «Ибрагим Салехович Цей», «Хатко Мчух, «Таждемир Эльбдарханов»)» [2: с. 13], другие – «о некоторых широко известных в народе личностях («Князь А.-Г. Капланов, «Семья Ду», Молочный брат»)» [2: с. 13].

Определяя наиболее характерное для мемуарных жанров, Г.В. Якушева называет следующие признаки: «фактографичность, событийность, ретроспективность, непосредственность авторских суждений, живописность, документальность. Непременным

свойством мемуаристики является их субъективизм – как в отборе фактов, так и в их освещении и оценке; распространенным приемом художественной характеристики – портрет. Мемуаристика незаменимый источник сведений о реалиях ушедшего времени, вкусах, нравах, обычаях, системе эстетических и духовных (в том числе литературных) ценностей, важное подспорье и импульс для литературоведческих исследований» [3: с. 525]. Беря за основу эти наблюдения, резонно предположить, что у каждого писателя-мемуариста складывается своя, наиболее предпочтительная ему комбинация подобных признаков. Конечно, судить об этом проще всего в тех случаях, когда в распоряжении исследователя оказывается несколько мемуарных текстов одного автора. Случай, интересующий нас, именно такой.

Начнем с того, что основное внимание в мемуарных очерках С. Сиюхова направлено не на события, в силу тех либо иных причин значимых, а на интересные ему лица. Это его современники, по степени известности совершенно неравнозначные. Так, в мемуарном контексте его очерков наблюдаем сопричастие знаковых фигур северокавказского просветительства – адыгейца Ибрагима Салеховича Цей, чеченца Таштемира Жукаевича Эльдарханова и целого ряда людей, память о которых вряд ли бы сохранилась, если бы их не запечатлело перо С. Сиюхова: махаджир Батмырза Педисов, изменник своего народа князь Адиль-Гирей Капланов, увлекательный рассказчик Султан Салат-Гирей и его молочный брат, перешедшие из ислама в христианство и обратно в ислам представители семьи Хажитхко, типичные представители прежнего мира – колоритный Хатко Мчух и скромная Хаджет Карбековна Цей.

Интересно, что, сосредотачиваясь на лицах, С. Сиюхов редко тяготеет к детализации внешнего облика своих героев. Исключение составляют Батмырза Педисов, Таштемир Эльдарханов и Хатко Мчух. В их отношении мемуарист уделяет внимание не только чертам лица, сложению, но и костюмному облику. Причем внимание к костюму даже более пристальное, чем к лицу. Так, сочетание изысканного горского костюма, добротной николаевской шинели и лакированных сапог намекают не только на эстетизм Батмырзы Педисова, но и на непротиворечивую причастность его к разным культурным мирам, в чем читателю предстоит удостовериться. В случае с Таштемиром Эльдархановым смысловой подтекст нетипичного для преподавателя горской школы костюма разъясняется сразу же: «Хорошо помню, что он носил черный цивильный сюртук, жилет и галстук, а на ногах мягкие без каблуков ботинки. Такое предпочтение гражданской одежды казенному мундиру с его блестящими пуговицами в то время расценивалось как демократичность и даже некоторая, невысказанная, оппозиционность тогдашним порядкам» [с. 147]. Вполне обычная для своей национальной среды фигура Хатко Мчуха в полном старинном национальном костюме производит сильное впечатление «своей импозантностью и стильностью» на делегатов X Всероссийского съезда Советов, состоявшегося в 1922 году. Как замечает автор, Большой театр, в котором проходит съезд, набит битком, и, невзирая на это, делегаты, прибывшие из отдаленных мест, в перерывах подходят к старику Мчуху, желая разглядеть его как следует, устремляются к нему и журналисты. Но в каком-то смысле «типичный представитель старого, уходящего горского мира» Хатко Мчух, в своем безоговорочном принятии нового, строящегося мира, необычен и с точки зрения родной среды. В случае с героями остальных очерков внешние характеристики либо вовсе не задействованы, либо сжаты и предельно обобщены. Таков Ибрагим Цей «в кавказском костюме, так шедшем к его импозантной фигуре, с большими черными усами, с глазами, полными жизнерадостного огня» [2: с. 137], таково «милое», «с выразительными черными глазами» лицо Хаджет Цей. Нет никаких портретных характеристик в «Рассказе о молочном брате», «Семье Ду» и «Князе Адиль-Гирее Капланове». Образ героев в этих очерках складывается через их деяния или пережитый опыт. Здесь важно заметить, что абсолютно в каждом очерке он использует прием, который мы условно назвали бы экспозицией героя – в самом начале повествования приводятся предварительные сведения о герое, которые предшествуют более тесному знакомству с ним читателя. Так, вступительные строки очерка «Батмырза Педисов» формируют предубежденность читателя по отношению к главному герою,



ведь Батмырза – потомок тех, кто нажил «свое богатство на несчастии, слезах и крови» своих соотечественников. Однако, по мере того как разворачивается история Батмырзы, становится очевидной необоснованность предубеждения. Иное в очерке «Князь Адиль-Гирей Капланов». Здесь так же, как и в «Батмырзе Педисове», вступлением служит упоминание об изменниках родины, и заглавный герой из их числа: «Одним из крупных изменников был князь Адиль-Гирей Капланов...» [2: с. 138]. Примечательно, что в этом произведении находит место самооценка героя, и она в высшей степени положительная: «...и обычно эти хвастливые речи заканчивал сообщением, что он за время Кавказской войны убил собственными руками 99 черкесов, и этим подчеркивал «высшую» свою воинскую доблесть» [2: с. 139]. Но в конечном итоге, высшей инстанцией, характеризующей личность, является не ее самооценка, а оценка ее этносом, которому она принадлежит. Об этом заключительные строки произведения: «А народ за глаза называл его «джаур-махаджеж» (проклятый изверг). Краткая, но по-народному меткая характеристика! [2: 139]. Во многом перекликаются предварительные сведения о героях очерков «Хаджет Карбековна Цей» и «Хатко Мчух». В обоих случаях речь идет о типичных представителях старого, уходящего мира. Но, как мы уже отметили выше, их типичность не вполне типична, иначе она не привлекла бы внимание С. Сиюхова. О колоритном старике Хатко Мчухе и его горячем принятии нового времени мы уже упоминали. Так же и «характерная представительница уходящего поколения черкешенок» Хаджет Цей, проведшая свою жизнь «в условиях патриархального быта», «будучи уже преклонных лет», «поняла дух и сущность новой власти и по мере своих сил и разумения старалась служить строительству новой жизни» [2: с. 129]. Запечатление образа адыгейского просветителя Ибрагима Салеховича Цей также согласуется с предварительной характеристикой, данной в начале очерка – противоречивость его проявлений в труде и в быту красочно переплетается с его несомненным литературным талантом.

Но, как известно, самым красноречивым моментом, определяющим структуру и аксиологический подтекст произведения, является выбор точки зрения. Сколь бы ни были важны для мемуариста запечатлеваемые лица, можно видеть, что он крайне редко рассуждает непосредственно от своего лица. «Я» автора-повествователя предстает развернуто лишь в очерках «Батмырза Педисов» и «Т. Ж. Эльдарханов». В очерке «Хатко Мчух» взгляд автора-повествователя растворен в некоем коллективном субъекте. Повествование о Мчухе начинается от третьего лица и разворачивается в дальнейшем от лица некоего коллективного субъекта («мы»), хотя очевидно, что делегат съезда Сиюхов был знаком с этим человеком лично. Но, если, скажем, степень знакомства автора-повествователя с Мчухом и некоторыми другими героями не располагала к проявлению субъективного авторского взгляда, то наблюдаемая в очерке о Ибрагиме Цее дистанция между героем и автором-повествователем не может не обращать на себя внимание. Авторское «я», буквально мелькнув в самом начале и в финале произведения, опять же растворяется в коллективном взгляде товарищей и коллег Цей, это касается и тех эпизодов, непосредственным участником которых был автор.

Таким образом, отмечая тяготение очерковой мемуаристики С. Сиюхова к запечатлению лиц, выявляя структурирующие это запечатление принципы, и соглашаясь с наблюдением Г.В. Якушевой о том, что «непременным свойством мемуаристики является их субъективизм – как в отборе фактов, так и в их освещении и оценке», мы можем видеть, что глубина этого субъективизма может существенно варьироваться, и судить о том прежде остального дает возможность выбор автором наиболее предпочтительной точки зрения.

\*\*\*

1. Сефербий Сиюхов – адыгейский просветитель: к 105-летию со дня рождения / Сост. и коммент. К.И. Бузарова, А.К. Бузарова. – Майкоп: Адыгейское книжное издательство, 1991. – 189 с.
2. Сефербий Сиюхов. Избранное / Сост., предисл. и коммент. Р.Х. Хашхожевой. – Нальчик: Эль-Фа, 1997. – 414 с.

3. Якушева Г.В. Мемуаристика // Литературная энциклопедия терминов и понятий. М.: Интелвак, 2001. – 1596 с.

**Кравец А.С.**

**Лингвокультурологический аспект креолизованных текстов на материале корейских вебтунов**

*Дальневосточный Федеральный университет  
(Россия, Владивосток)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-112

**Аннотация**

Креолизованные тексты широко распространены в нашей повседневной жизни: их используют СМИ, деятели искусства, а также преподаватели иностранных языков. В практике преподавания иностранных языков трудно обойти стороной комиксы, отражающие лингвистические и культурные особенности страны, изучаемого языка. Корейские вебтуны набирают широкую популярность по всему миру.

В статье раскрыто понятие «вебтун», дана краткая сравнительная характеристика вебтунов с японскими комиксами (манга) и американскими комиксами. Приведена классификация корейских вебтунов. Рассмотрен лингвокультурный аспект корейских вебтунов: изобилие ономатопоэтических и сленговых выражений, отражение диалектической специфики корейского языка, культурные особенности корейского народа, социальная иерархия (степени вежливости речи).

**Ключевые слова:** цифровой комикс, вебтун, ономотопея, креолизованный текст, корейский язык, диалекты корейского языка.

**Abstract**

Creolized texts are widespread in our daily life: they are used by the media, artists, as well as teachers of foreign languages. In the practice of teaching foreign languages, it is difficult to ignore comics that reflect the linguistic and cultural characteristics of the country, the language being studied. Korean webtoons are gaining wide popularity all over the world.

The article reveals the concept of "webtoon", gives a brief comparative description of webtoons with Japanese comics (manga) and American comics. The classification of Korean webtoons is given. The linguocultural aspect of Korean webtoons is considered: the abundance of onomatopoeic and slang expressions, the reflection of the dialectical specifics of the Korean language, the cultural characteristics of the Korean people, the social hierarchy (degrees of politeness of speech).

**Keywords:** digital comic, webtoon, onomatopoeia, creolized text, Korean language, Korean language dialects.

Использование креолизованных текстов сегодня является весьма распространённым и действенным способом передачи информации в различных сферах жизни человека. Креолизация – это комбинирование средств разных семиотических систем в комплексе, отвечающем условию текстуальности. Согласно работам таких отечественных психолингвистов, как Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов, креолизованный текст – это такой текст, который содержит в себе вербальные (языковые, речевые) и невербальные компоненты (т.е. те, которые принадлежат к другим знаковым, паралингвистическим системам: изобразительные, слуховые, обонятельные и др. знаки) [4, 180].

Ожнокорейские вебтуны являются ярким примером креолизованных текстов, представляющих собой цифровой комикс. Раскрывая понятие «комикс», необходимо отметить, что оно отошло от своего изначального значения «смешных историй в картинках» [5]. В 20 веке комиксы набрали широкую популярность, и, как следствие, их жанры стали гораздо разнообразнее: фэнтези, боевики, приключения, детективы и др. Поэтому современная

лингвистика определяет «комиксы» как последовательности рисунков с краткими текстами, которые вместе образуют связное повествование.

В Республике Корея комикс является одним из самых популярных жанров современной литературы среди читателей всех возрастов. В стране утренней свежести комиксы подразделяются на два типа: бумажные – «манхва» (만화), и цифровые – вебтуны (웹툰). Манхва широко использовалась корейцами в 1910-1945 гг. в пропагандистских целях во время японской оккупации. С 1960 г. из-за ужесточения цензуры жанр практически был забыт, и лишь в 1983 г. художник Ким Су Чжон возродил жанр манхва, создав комикс о динозаврике Дули (кор. 아기 골룡 돌리), который публиковался в журнале «Помульсом» (кор. 보물섬) [8]. Вебтуны – южнокорейские цифровые комиксы, - стали набирать популярность с ростом числа пользователей смартфонов среди южнокорейского населения и появлением онлайн-платформ для размещения вебтунов (Daum Webtoon, Naver Webtoon) [2].

Корейские вебтуны имеют свои характерные черты, отличающие их от японских и американских комиксов. Во-первых, это уникальное расположение картинок и текста: корейцы используют технику бесконечного холста (infinite canvas), при которой комикс расположен на длинной вертикальной полосе, а не на нескольких страницах, при этом размеры полотна увеличиваются в соответствии с числом кадров комикса. Термин «бесконечный холст» или «бесконечное полотно» был введён Скоттом МакКлаудом в своей книге «Переосмысление комикса: эволюция формы искусства» [3]. Такая организация изображений и текста обусловлена удобством восприятия комиксов с электронных носителей, чаще всего, смартфонов. Во-вторых, в отличие от японской манги, вебтуны в большинстве случаев (исключение составляет специфика стиля конкретно взятого художника) публикуются в цвете. При этом создатели вебтунов уделяют особое внимание оформлению, мелким деталям, детализации архитектурных сооружений, при прорисовке которых используется трёхмерная графика. В-третьих, при прорисовке персонажей художники больше стараются приблизиться к правильным анатомическим пропорциям, по сравнению с японскими художниками-манагака, которые изображают персонажей с неестественно-большими глазами и нереалистичными причёсками.

Можно привести несколько классификаций вебтунов. По типу представления готовых комиксов вебтуны подразделяются на:

- электронные – большинство вебтунов публикуется на специальных онлайн-платформах (Daum Webtoon, Naver Webtoon и др.);
- печатные – при условии, что вебтун набирает высокие рейтинги на онлайн-платформах, комикс могут напечатать (при этом нарушается расположение картинок и текста на «бесконечном холсте»).

Также вебтуны можно классифицировать по жанрам:

- фэнтези;
- драма;
- боевик;
- детектив;
- повседневность;
- школа;
- романтика;
- ужасы;
- психология;
- исторические;
- научная фантастика.

Первые вебтуны относились к жанру «повседневность». Они поднимали такие актуальные темы для корейского общества, как классовое неравенство, безработица, самоубийства, проблемы и интересы молодёжи. С ростом популярности вебтунов авторы и художники цифровых комиксов внесли большой вклад в увеличение жанрового разнообразия

[2]. Благодаря широкому разнообразию жанров, южнокорейские вебтуны популярны не только у себя на родине, но и за границей. Многообразие тематик вебтунов позволяет привлечь читателей самых разных возрастов: от детей до взрослых. В связи с этим можно выделить ещё одну классификацию вебтунов:

Классификация вебтунов по возрасту читателя:

- без возрастных ограничений;
- для подростков (12+/15+);
- для взрослых (19+).

В вебтунах присутствуют характерные черты креолизации: сочетание вербальных и невербальных средств. К вербальным средствам относится использование текста в баблах и разных частях картинки. Среди невербальных, паралингвистических средств можно отметить следующие признаки креолизации: 1) графическая сегментация (деление комикса на кадры), 2) использование комбинации вербальных и иконических знаков (серия изображений и сопровождающие их подписи), 3) аудио, 4) использование различных шрифтов.

В вебтунах широко представлена оноματοпея корейского языка. Корейский язык является одним из лидеров по разнообразию звукоподражательных слов. Оноματοпозитические выражения используются не только для обозначения звуков, но и для отражения механических эффектов, динамики событий, психологических и других характеристик. Лингвисты выделяют две основных категории звукоподражаний в корейском языке:

- Слова, имитирующие ситуации (кор. 의성어): 가만가만 – «ка-ман-ка-ман» – делать что-либо с осторожностью или говорить, не повышая голоса; 허겁지겁 – «хо-гоп-чи-гоп» – впопыхах, поспешно, суетливо выполнять действие; 사뿐사뿐 – «сап-пун-сап-пун» – звук лёгких, беззвучных шагов;
- Слова, имитирующие звуки (кор. 의태어): 바삭바삭 – «па-сак-па-сак» – звук растрескивания или разламывания хрупких, сухих предметов (например, сухих листьев), 바글바글 – «па-гьль-па-гьль» – звук бурлящей жидкости; 주룩주룩 – «чу-рук-чу-рук» – звук дождя [7, 15].

Звукоподражательные слова часто встречаются в художественной литературе, в которой они используются с целью придания образности и яркости повествования. Наиболее часто данная категория слов находит своё место в корейских комиксах. Интересно проследить частоту использования оноματοпеи в вебтунах различных жанров:

Таблица 1

Частота оноματοпов в вебтунах.

Название вебтуна	Количество оноματοпов в первой главе
«Кровавый роман» (кор. 빨간맛 로맨스) [13]	39
«Невеста герцога по контракту» (кор. «그녀가 공작저로 가야 했던 사정») [9]	7
«Рецепты после уроков» (кор. «방과후 레시피») [16]	29
«Невинных людей не существует» (кор. «결백한 사람이 없다») [14]	18
«Ча Чонби из империи Итан» (кор. «이탄국의 사청비») [10]	33
«Картофельная деревня» (кор. «감자마을») [11]	20
«Время отбросов» (кор. «가비지타임») [12]	31

Большое разнообразие корейских оноματοпозитических выражений и частое отсутствие их эквивалентов в английском или русском языках представляет трудности при переводе [7]. Поэтому можно сказать, что корейские вебтуны являются неиссякаемым источником для исследования данной темы.

Благодаря преобладанию диалогических форм речи в вебтунах можно встретить различные формы конечной сказуемости корейского языка, которые не только являются знаком конца предложения, но и выражают категорию личного отношения. В.В. Верхоляк и Т.Ю. Каплан выделяют следующие ступени вежливости корейского языка:

1. вежливо-официальная речь;
2. вежливо-неофициальная;
3. авторитарная;
4. фамильярная;
5. интимная;
6. простая речь [1, 33].

В корейском языке существует несколько диалектов, которые сильно отличаются друг от друга, как фонетически и интонационно, так и лексически и грамматически: Чхунчхонский, Кёнсканский и Канвонский диалекты, диалект Чолла и Чеджу. Это территориальные диалекты, распространённые в определённых провинциях Республики Корея [6]. Разнообразие диалектов также находит отражение в вебтунах. Например, в прологе комикса «Клерк-провидец» (кор. *운명을 보는 회사원*) встречается употребление одним из персонажей кёнсанского диалекта, который используется в провинциях Кёнсан-намдо и Кёнсан-пукто): *들어오시소* – «ты-ро-о-щи-со» – вместо *들어오세요* – «ты-ро-о-се-ё» – проходите; *편하게 드시소* – «пхё-на-ге ты-щи-со» – вместо *편하게 드세요* – «пхё-на-ге ты-се-ё» – угощайтесь [17].

Кроме того, в вебтунах часто можно встретить сленговые выражения, которыми изобилует корейский язык и которых нельзя встретить в учебных пособиях. Слегком являются следующие категории в корейском языке:

- Нецензурная лексика;
- Конглиш (т.е. английские слова, произнесённые с корейским акцентом);
- Сокращения («чури-маль» – кор. *줄임말*).

Корейцы любят придумывать новые выражения на ходу, этому способствует «слоговая» особенность корейского языка. Часто новые слова создаются путём объединения первых слогов слов или же берётся первый слог одного слова и присоединяется ко второму полному слову. В вебтуне «Кровавый роман» (кор. *빨간맛 로맨스*) встречается сленговое слово «*국룰*», образованное путём сложения следующих слов: «*국민*» - «кун-мин» - народ, нация, «*룰*» - «руль» - от англ. «*rule*» - правило. «Кун-руль» означает некое общепринятое действие, норма поведения в том или ином месте, то, что принято делать в определённом месте. В вебтуне главную героиню Хари молодой человек привёл прокатиться на колесе обозрения, из-за чего она сильно разволновалась, поскольку колесо обозрения – это место поцелуев [13]. Корейцы всегда используют притяжательное местоимение «наш» в отношении семьи, родителей, сыновей и дочерей, жён, дома. В последнее время слово наш – «у-ри» (кор. *우리*), состоящее из двух слогов, сокращается до одного слога «уль» (кор. *울*) и присоединяется к словам, с которыми стоит обычно в связке: *울집* (*울* «уль» – наш, *집* «чип» - дом → «уль-чип»), *울엄마* (*울* – наш, *엄마* «ом-ма» – мама → уль-ом-ма = моя мама). Данное сокращение широко используется в комиксах, его можно встретить в вебтуне «*방과후 레시피*» – «Рецепты после уроков» [10].

Посредством вебтунов читатель знакомится с массовой культурой Республики Корея: культом внешности, популярными развлечениями корейской молодёжи (например, походы в так называемые «норобаны» (кор. *노래방*) – караоке), спортом («тхэквондо» или стрельбой из лука), образованием (жанр «школа» является одним из самых распространённых тематик вебтунов). Вебтуны на историческую тематику позволяют читателю сформировать представление о традиционных корейских нарядах и жилищах, обрядах и традициях.

Таким образом, из всего выше представленного, мы доказали, что вебтуны – разновидность креолизованных текстов, представляющие собой южнокорейские цифровые комиксы, лингвокультурная составляющая которых чрезвычайно разнообразна. В нашей работе

мы представили несколько возможных классификаций вебтунов: по жанрам, по возрасту читателя, по способу представления готового комикса. Мы проанализировали, как лингвокультурные особенности Республики Корея отражены в вебтунах. В корейских цифровых комиксах хорошо представлена специфика языка: сленговые и оноματοпоэтические выражения, различные ступени вежливости, диалекты. Благодаря яркой визуальной составляющей вебтунов читатель погружается в культуру страны утренней свежести, знакомится с трендами современной корейской культурой.

\*\*\*

1. Верхоляк В.В., Каплан Т.Ю. Учебник корейского языка. Часть 1. Изд. 2-е, перераб. и дополн. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2002. 212 с.
2. Курепина Е. О. Эволюция комиксов как одной из форм корейской массовой культуры // Общество: философия, история, культура. 2019. № 3(59). С. 96–100.
3. Макклауд С. Переосмысление комикса. Эволюция формы искусства. – Москва: Белое яблоко, 2018. 252 с.
4. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Ин-т языкознания РАН, 1990. С. 180-186.
5. Столярова Л. Г. Анализ структурных элементов комикса // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2010. №1. С. 383-388.
6. Тысянчук А. Д. Классификация диалектов корейского языка в Республике Корея // Казанский вестник молодых учёных. 2020. №2. С. 38-44.
7. Шевцова А.А. Оноματοпея в корейском языке. Особенности перевода звукоподражательных единиц на английский и русский языки // Корееведение в России: направление и развитие. 2021. №1. С. 25-28.
8. Yoon Sojung. Father of Dooly, comic artist Kim Soo-jung / Korea.net. URL: <https://www.korea.net/NewsFocus/People/view?articleId=120343>
9. 고래, 밀차. 그녀가 공작저로 가야 했던 사정. – URL: <https://funbe249.com/그녀가-공작저로-가야-했던-사정>
10. [Корэ, Мильчха. Невеста герцога по контракту] (на корейском языке).
11. 김보람. 이탄국의 자청비. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/detail?titleId=759420&no=1&weekday=mon> [Ким Борам. Ча Чонби из империи Итан] (на корейском языке).
12. 박지독. 감자마을. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/detail?titleId=759418&no=1&weekday=fri> [Пак Чжи Док. Картофельная деревня] (на корейском языке).
13. 사장. 가비지타임. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/detail?titleId=703844&no=2&weekday=sun> [Са Чжанг. Время отбросов] (на корейском языке).
14. 사지현, 서루. 빨간맛 로맨스. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/list?titleId=776669&week=finish> [Са Джихён, Со Ру. Кровавый романс] (на корейском языке).
15. 서각. 결백한 사람은 없다. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/detail?titleId=744375&no=1&weekday=mon> [Согак. Невинных людей не существует] (на корейском языке).
16. 한국어 의성어 의태어. 도양 books. 2015. 145 С. [Звукоподражательные и образные слова корейского языка] (на корейском языке).
17. 헤루. 방과후 레시피. – URL: <https://comic.naver.com/webtoon/detail?titleId=793130&no=1&weekday=thu> [Хэру. Рецепты после уроков] (на корейском языке).
18. 임성욱. 운명을 보는 회사원. – URL: <https://m.comic.naver.com/webtoon/list?titleId=797443> [Им Сон Ук. Клерк-провидец] (на корейском языке).

**Лашина Е.Б.**

**Термины в микротекстах, описывающих место действия**

*Иркутский Государственный Университет  
(Россия, Иркутск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-113

#### **Аннотация**

Статья посвящена рассмотрению терминов в художественном тексте согласно их характеру распространения в тексте-реципиенте (пространственном микротексте). Терминологическим включениям, принимающим участие в создании кодовой интертекстуальности, в пространственных микротекстах свойственна описательная,

пространственная и конкретизирующая функции. Обычно при их включении в текст-реципиент используется прием «готовых вещей».

**Ключевые слова:** кодовая интертекстуальность, интертекст, термин, терминологическое включение, терминологическая цепочка, текст-реципиент, микротекст, макротекст.

### Abstract

The article is devoted to the consideration of the terms in the literary text according to their nature of distribution in the recipient text (spatial microtext). Terminological inclusions involved in the creation of code intertextuality in spatial microtexts are characterized by descriptive, spatial and concretizing functions. Usually, when they are included in the recipient text, the reception of "ready-made things" is used. Terminological inclusions that take part in the creation of code intertextuality are characterized by a concentric (into microtext) position. Also the terms can travel through the macrotext.

**Keywords:** code intertextuality, intertext, term, terminological inclusion, terminological chain, recipient text, microtext, macrotext.

Пространство является одним из основных проявлений действительности, которое воспринимается человеком, как только он начинает осознавать себя. С категорией пространства связано познание всего того, что происходит вокруг человека-наблюдателя, находящегося в центре пространства.

В художественном тексте пространство имеет свои особенности. Его следует рассматривать как объективно-субъективное представление автора, где объективность отражает реальные авторские объективные знания о мире, а субъективность обусловлена отображением знаний автора об объективной реальности, которые детерминированы намерениями и установками автора, его творческим замыслом, концептуальными основами литературно-художественного произведения [с. 170].

В организации художественного пространства, создаваемого на уровне всего текста, важная роль принадлежит описанию места действия:

1. The town was laid out like geometry in squares, arcs (to allow for the by-pass), and isosceles triangles, at one point, to skirt the old village which, from the aerial view, looked like a merry doodle on the page [12, с. 130];
2. Далеко над той жаркой черточкой возвышался огромный и причудливый город. Весь пронизанный в разных направлениях густыми потоками света, он мощно вздымался равномерными зубьями крепостной стены, стройными контурами башен, золочеными куполами грандиозных строений, ажурными арками мостов, массивами кубов и призм каких-то замысловатых зданий <...> [7, с. 452];
3. It was an ancient house – ancient in the sense of being eighty years old; it was built of wood, painted a clean, clear, faded grey, and adorned along the front, at intervals, which flat wooden pilasters, painted white. These pilasters appeared to support a kind of classic pediment, which was decorated in the middle by a large triple window in a boldly-carved frame, and in each of its smaller angles by a glazed circular aperture [10, с. 18-19].

В приведенных примерах обнаруживается закономерная связь с геометрией, следующая из ньютоновского понимания пространства. Такое пространство, по утверждению Е.С. Кубряковой, может быть описано геометрией Евклида, суть которой заключается в описании свойств и размеров фигур пространства в терминах геометрии [5, с. 9]. Так, для наименования объектов внутри населенных пунктов используются геометрические термины, обозначающие геометрические фигуры: square (квадрат), arc (дуга), isosceles triangle (равнобедренный треугольник) (пример 1), куб, призма (пример 2). При описании окна употребляется термин angle (угол) (пример 3).



Данные термины, создающие в художественном произведении зрительный образ объектов пространства, принадлежат к хрестоматийным. За каждым из них в научном прототексте закреплено понятие. Квадрат – это равносторонний прямоугольник. Куб – это правильный многогранник, каждая грань которого представляет собой квадрат. Равнобедренный треугольник – это треугольник, в котором две стороны равны между собой по длине. Призмой называется многогранник, поверхность которого состоит из двух оснований – равных  $n$ -угольников, лежащих в параллельных плоскостях и совмещаемых с помощью параллельного переноса, и  $n$  параллелограммов – боковых граней [8].

Включение геометрических терминов для обозначения объектов, заполняющих пространство художественного произведения, обусловлено связью геометрии и архитектуры – одной из областей человеческой деятельности, занимающейся организацией пространства с позиции проектирования и строительства объектов. Любое архитектурное сооружение имеет своей моделью какую-то геометрическую фигуру или сочетание нескольких геометрических фигур.

В статье «Геометрическая симфония в архитектуре», в частности, читаем: «ни один из видов искусств так тесно не связан с геометрией как архитектура». По свидетельству автора статьи, настоящий гимн геометрии провозгласил знаменитый архитектурный реформатор Ле Корбюзье, считавший геометрию тем замечательным инструментом, который позволяет установить порядок в пространстве. Ему принадлежат такие слова: «Окружающий нас мир – это мир геометрии чистой, истинной, безупречной в наших глазах. Все вокруг – геометрия» [3].

Кодовая интертекстуальность в микротексте «Место действия» может создаваться посредством терминов из географических прототекстов. Они конкретизируют местоположение объектов.

Приведем пример:

4. (4) «We are now,» he continued, in that particularizing manner which distinguished him – «we are now upon the Norwegian coast in the sixty-eight degree of latitude – in the great province of Nordland – and in the dreary district of Lofoden. The mountain upon whose top we sit is Helseggen, the Cloudy» [11, с. 167].

Термин *latitude* (широта), а также термин и *longitude* (долгота) используются в географическом прототексте для обозначения географических координат, с помощью которых определяют положение точки на земной поверхности. В современной трактовке широты – это угол  $\varphi$  между местным направлением зенита и плоскостью экватора, отсчитываемый от  $0^\circ$  до  $90^\circ$  в обе стороны от экватора [2]. Термин *latitude* выполняет в приведенном выше микротексте конкретизирующую роль, поскольку он уточняет местонахождение горы Helseggen на географической карте Норвегии. Здесь, как следует отметить, термин *latitude* играет и иную роль. Дело в том, что географическое название горы Helseggen является вымышленным. Благодаря использованию географического термина *latitude*, выражаемого в градусах (in the sixty-eight degree of latitude), создается эффект реальности существования горы Helseggen. Читатель, столкнувшись с указанием точных координат местонахождения вымышленного топонима, вряд ли станет искать данный объект на географической карте. Иными словами, термин направлен на то, чтобы скрыть вымысел с тем, чтобы направить восприятие читателя не на географические объекты, а на события в художественном произведении.

Введение термина *latitude* прототипическим способом и без каких-либо авторских комментариев, по-видимому, объясняется тем, что данный термин относится к весьма древним и хорошо знакомым во времена Э. По, чье творчество приходится на первую половину XIX века. Согласно исторической справке Д. Хауза, понятия географических координат широты и долготы были известны уже в Древней Греции за 300 лет до нашей эры. Однако первым, кто предложил математически точную концепцию географической широты и долготы, был Клавдий Птолемей (около 90-160 гг. н.э.). В своей «Географии» он провел сетку координат, исчисляемых в градусах, где широты измерялись от экватора, а долготы – от самой западной точки «островов Фортуны» (Канарские острова). Во времена географических открытий (XV–XIII вв.) понятия широты и долготы приобрели особое значение, что привело к созданию

географических карт, в которых разбивка на зоны, обозначаемые в градусах, позволяла определить широту и долготу определенного географического объекта [9].

Описание места действия может быть связано с профессиональной деятельностью персонажей.

Рассмотрим пример:

5. (5) Бушанинов между тем осматривал небольшое, сажени в три квадратных, дно зумпфа. <...> Труба зумпфа черной дырой зияла в отверстиях площадок и, все суживаясь в перспективе, оканчивалась слабым пятном света – где-то очень далеко, вверху. В разные стороны виднелись входы в боковые орты – бесконечные коридоры, в которых добывают и из которых вывозят в тачках пески [6, с.153].

Персонажи в художественном произведении В.И. Михеева «Золотые россыпи» являются шахтерами. Местом, где проходят их рабочие будни, является шахта – производственный объект, осуществляющий добычу полезного ископаемого с помощью системы подземных горных выработок [4]. Шахта обычно описывается с помощью специальных терминов, в приведенном выше примере такими терминами являются зумпф и орт. Введение данных терминов в текст-реципиент осуществляется прототипическим способом, что позволяет читателю, в случае возникшей необходимости толкования значения терминологических включений, обращаться к словарным научным статьям. Зумпф представляет собой емкость (выемку), создаваемую в горных породах (или горной выработке) и используемую в основном для приёма гидросмесей, воды при перекачивании их насосами. Являясь частью шахтного ствола ниже уровня околоствольного двора, кроме сбора воды, стекающей из выработок, зумпф также применяется для размещения подъемных сосудов в период загрузочно-разгрузочных операций [4]. Орт – горная выработка (с углом наклона до 3°), не имеющая непосредственного выхода на поверхность и проведенная в крест простирания залежи (при крутом и наклонном падении) обычно в пределах её мощности [4].

При описании места действия терминологические включения обычно выполняют описательную, пространственную и конкретизирующую функцию. Обычно при их включении в текст-реципиент используется прием «готовых вещей».

\*\*\*

1. Бабенко, Л.Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа [Текст] / Л.Г. Бабенко. – М. : Академический проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2004. – 464 с.
2. Википедия, URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/> – Википедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 30 мая 2011 г.).
3. Геометрическая симфония в архитектуре [Электронный ресурс]. – URL: <http://wiki.fizmat.vspu.ru/doku.php?id=workroom:iteach:geometrya>
3. ГЭ, URL: <http://www.mining-enc.ru/z/zumpf> – Горная энциклопедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mining-enc.ru/z/zumpf>
4. Кубрякова, Е.С. Категоризации мира: пространство и время (вступительное слово) [Текст] / Е.С. Кубрякова // Категоризация мира: пространство и время. – М. : Диалог-МГУ, 1997. – С. 3-14.
5. Михеев В.М. Золотые россыпи [Текст] / В.М. Михеев // Золотые россыпи: Роман, рассказы, очерки. – Иркутск : Восточно-Сибирское книжное издательство, 1984. – С. 4-468.
6. Северов, П.Ф. В гостеприимной Индии [Текст] / П.Ф. Северов // Морские встречи: Повести, рассказы. – М. : Советский писатель, 1986. – С. 436-477.
7. СМТ, URL: <http://www.math.ru/dic/> – Словарь математических терминов [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.math.ru/dic/>
8. Хаус, Д. Гринвичское время и открытие долготы [Электронный ресурс] / Д. Хаус. – URL: [http://www.razlib.ru/istorija/grinvichskoe\\_vremja\\_i\\_otkrytie\\_olgoty/index.php](http://www.razlib.ru/istorija/grinvichskoe_vremja_i_otkrytie_olgoty/index.php)
9. James, H. The Europeans [Text] / H. James. – London : Penguin Books, 1967. – 176 p.
7. 11. Поэ, Е.А. A Descent into the Maelstrom [Text] / Е.А. Поэ // The Premature Burial. Stories. – St. Petersburg : Karo, 2007. – P. 165-195.
13. Spark, M. The Black Madonna [Text] / M. Spark // The Public Image Stories. – М. : Progress Publishers, 1976. – P. 129-151.

**Маркарян Д.М.**  
**К вопросу об особенностях перевода и адаптации**  
**корейской и международной рекламы**

*Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения*  
*(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-114

**Аннотация**

Рекламный текст достаточно многогранный и имеет определенные правила написания, соблюдение которых необходимо для создания успешной и эффективной рекламной кампании. Однако для продвижения на мировых рынках необходимо представлять контент, который будет понятен аудитории того или иного государства. В данном вопросе помогает грамотно выбранный способ перевода и умение адаптировать рекламный текст.

**Ключевые слова:** рекламный текст, способ перевода, культурная адаптация, аудиовизуальный текст, корейская реклама.

**Abstract**

Marketing copy is quite comprehensive and has its structure rules which needs to be followed in order to create a successful and effective advertising campaign. However, to push the brand on world-wide market it is necessary to create content which will be clear for the audience of the one or the other country. In this situation well-chosen way of interpretation and localization of the marketing copy will help to achieve the necessary results.

**Keywords:** marketing copy, way of interpretation, localization, audiovisual text, Korean commercials.

В современном мире любая реклама это не только грамотно продуманный текст, который привлекает внимание покупателя, но и визуальная составляющая, которая также воздействует на восприятие зрителя и позволяет создать нужную атмосферу вокруг продаваемого продукта. Однако в центре внимания все же остается рекламный текст, который является основным компонентом продвижения того или иного продукта.

Как известно рекламный текст – это который может быть представлен в устной или письменной форме основной целью которого является обратить внимание потребителя и сделать выбор в пользу товара или услуг определенного производителя. [1, с. 7].

Каждый рекламный текст имеет в себе компоненты, которые позволяют ему функционировать наиболее эффективно. В компоненты рекламного текста входят: слоган, заголовок, основной печатный текст (ОПТ) и эхо-фраза [2, с. 103]. Помимо основных компонентов, существуют определенные правила написания рекламных текстов, а именно:

- Простота предложений, которая позволяет наиболее четко изложить мысль и достичь ясности высказывания.
- Использование простых слов позволяет авторам рекламных текстов изложить информацию на понятном для читателя/зрителя языке. Отсутствие длинных и сложных слов делает текст более удобным для восприятия и менее отягощающим для покупателя.
- Убедительность текста играет значительную роль в рекламе, поскольку именно от нее зависят продажи продукта. Позиция компании должна подтверждаться фактами, которые снимут иллюзорность с продукта, и позволят читателю/зрителю убедиться в четкости и точности описанного продукта. Ко всему прочему изображение специфических и необычных деталей позволяет реципиенту как можно больше окунуться в процесс изучения продукта.
- Естественность стиля. Продукт и его описание должны являться отражением друг друга. В противном случае описание товара будет выглядеть

неубедительно, а как было описано ранее, убедительность текста – это достаточно важная маркетинговая составляющая. [3, с.32].

Сопоставив все ранее упомянутые компоненты, мы можем сделать вывод о том, что краткое и убедительное изложение текста рекламы позволяет создать наиболее эффективный текст, который будет работать на привлечение покупателей. Размещение текста в различной рекламе наиболее уместно в формате слогана, заголовка, а также эхо-фразы, если мы говорим именно о видео контенте.

Обращаясь к процессу производства рекламных текстов все чаще рекламодатели задумываются о том, что необходима грамотная локализация и перевод той или иной рекламы, поскольку в эпоху глобализации, для успешного продвижения бренда, контент, поставляемый на любой доступный рынок, должен быть адаптирован под реалии стран и культур, а также должен сопровождаться переводом. В противном случае успех рекламной кампании может оказаться под вопросом.

Исходя из этого, обращаясь к способам перевода рекламы, в случае, когда мы обращаемся к аудиовизуальному контенту, существуют следующие наиболее частотные способы перевода:

- Синхронный перевод;
- Закадровый перевод;
- Субтитры;
- Дубляж.

Наиболее распространённым способом перевода в рекламной сфере являются субтитры или субтитрирование, которые более лаконичны, позволяет повысить воспринимаемость текста, а также компактны в своем использовании.

По мнению В.Е. Горшковой, субтитрирование – это «сокращенный перевод диалогов фильма, отражающий их основное содержание и выражающийся в виде печатного текста, расположенном в нижней части экрана» [4].

Что касается адаптации текста, то можно отметить, что данное понятие крайне важно для современного аудиовизуального контента, ввиду тотальной глобализации. Следует отметить, что термин «адаптация» часто понимается как «способ достижения коммуникативного паритета между исходным и переводным текстом» [5, с.221]. Что касается культурной адаптации, то ее можно трактовать как «приспособление АТ к предельно адекватному переводу, соответствующему восприятию носителем иной культуры» [5, с.73]. По мнению В.Н. Тимко «культурная адаптация требует непременно приспособление исходного текста, как носителя объективной и социальной действительности, к культурным и социальным условиям общественной действительности народа-переводчика» [6].

Ввиду того, что Республика Корея в последние годы становится все более и более популярной, корейские товары и услуги становятся наиболее расхожими и начинают завоевывать рынки не только стран Азии, но мировые рынки. Как следствие, создание аудиовизуального контента значительно возрастает, а значит и возрастает необходимость в адаптации и переводе контента на разные языки мира.

Если сравнивать рекламные ролики, которые представлены на внутреннем корейском рынке и рекламу, которая создается для зарубежного рынка, то можно отметить, что как наполнение, а именно рекламный текст, так и визуальная составляющая будут крайне сильно отличаться. В традиционной корейской рекламе много цвета, много звукового сопровождения в виде голоса спикера и музыки, в то время как реклама, производимая на экспорт, чаще всего не обладает такими свойствами. Она более адаптирована под привычный миру спокойный и эстетичный формат, принятый в Европе и Америке.

Обращаясь к примерам, хотелось бы начать с рассмотрения традиционной корейской рекламы, которую чаще всего можно встретить на корейских платформах.

Первый пример — это реклама достаточно известного бренда **동원** (Dongwon), который занимается производством консервированного тунца.

Если мы обратимся к тексту рекламы, то первое, что мы увидим это наличие стилистического повтора, а именно анадиплосис (цикличное повторение последнего слова или фразы в начале следующего предложения), анафору (повторение звуков, слов, словосочетаний в начале предложения), а также эпифору (повторение звуков, слов, словосочетаний в конце предложения):

동원 참지  
참지 요리로  
참지 조리로  
이건 맛의 때 참지  
참지 삼추쌈밥으로  
참지 샐러드로  
이건 맛의 때 참지  
참지 볶음밥으로  
참지 샌드위치로  
이건 맛의 때 참지  
참지 미역국으로  
참지 까니페로  
언제까지 이 노래를 부를 셈이야?  
참지 레시피 오조오억개  
이건 맛의 때 참지  
동원 참지

Как видно из приведенного примера, постоянное повторение слова 참지 (тунец) в разных частях предложения, говорит о том, что таким образом автор придает динамичность тексту, делает акцентное ударение на данном слове, создает более живой текст, более понятный для зрителя.

Также в тексте можно обнаружить некоторую юмористическую вставку, которая также несколько высмеивает постоянный повтор. Во фразе 언제까지 이 노래를 부를 셈이야? (Сколько еще ты будешь петь эту песню?) прослеживается та самая шутка в отношении слова 참지, которое повторяется в каждом предложении.

Что касается перевода и адаптации данного аудиовизуального рекламного материала, то в данном случае было использовано только субтитрирование, поскольку картинка достаточно динамичная и дополнительная озвучка была бы излишней. Однако стоит заметить, что в видеоролике достаточно много текстовых вставок, которые касаются данной продукции, что в какой-то степени сбивает с толку и делает картинку несколько перегруженной, поскольку на экране одновременно появляется текст и на языке оригинала, и на языке перевода. Однако учитывая особенность корейского аудиовизуального контента, который в большинстве своем содержит в себе субтитры или же большое количество надписей на корейском языке, можно сказать, что субтитры, которые чаще всего накладываются либо поверх вшитых субтитров на корейском языке или же немного ниже не отягощают визуальное восприятие контента, что, вероятно, может показаться несколько странным, поскольку большое количество текста на экране чаще всего сильно осложняет восприятие информации. В случае с данным видеорядом, субтитры, наложенные в самом низу, имеют вспомогательную функцию, которая позволяет иностранцу понять информацию о представленном на экране продукте.

Далее рассмотрим пример зарубежной рекламы, которая была представлена на корейском внутреннем рынке.

Обратимся к рекламной компании Chevrolet Trailblazer 2020 года. Просмотрев данный рекламный видеоролик можно заметить, что он кардинально отличается от предыдущего. В нем нет большого количества красок, нет монологов. Весь ролик построен на повторении одного единственного слова ‘Trailblazer’, которое обозначает марку автомобиля. Данный повтор можно расценить как сходство, поскольку и в предыдущем видеофрагменте был также повтор

одного слова, однако в данном случае проявляется не только голосовое сопровождение, но и в визуальный ряд, который также построен по принципу «бумеранга» или же циклического повтора одного и того же момента. Как было сказано ранее, повтор помогает с акцентировать внимание на конкретной детали, в данном случае это марка машины, а заикливание видеоряда позволяет акцентировать внимание на деталях и возможностях автомобиля, которые показаны в рекламе.

Что касается адаптации под реалии корейской культуры и способа перевода данной рекламной кампании, то можно отметить, что авторы прибегли к использованию субтитров на корейском языке, что, как было сказано ранее, является отличительной чертой корейского видеоконтента. Однако субтитрование было представлено в достаточно небольшом количестве, только в тех случаях, когда было необходимо пояснить какие-либо особенные характеристики автомобиля, например:

무선 Apple CarPlay 지원 (Беспроводная поддержка Apple CarPlay)

\* 해당 사항은 옵션 사항임 (Данная функция опциональна)

상기 화면은 기종에 따라 다를 수 있음 (Экран может отличаться в зависимости от модели автомобиля)

Навесь видеоряд рекламной кампании насчитывается порядка 4-х подобных фрагментов с пояснением о функционале автомобиля. Таким образом мы можем отметить, что несмотря на тотальное различие реклам, представленных корейским и зарубежным производителем, адаптация рекламы под реалии корейской культуры была проведена успешно, поскольку была учтена особенность корейского мультимедийного контента, а именно субтитры, которые помогают воспринимать контент наилучшим образом.

В заключение хотелось бы обратиться к примеру рекламы корейского бренда, который был представлен на международном рынке и произвести сопоставительный анализ в отношении предыдущих примеров.

Обратимся к примеру рекламной кампании корейского бренда COSRX, которая рекламирует один из своих наиболее популярных продуктов эссенцию Advanced Snail 96 Mucin Power Essence.

Исходя из визуального ряда данной рекламы можно отметить, что в ней отсутствует какой-либо контент на языке оригинала, а именно на корейском языке. Все пояснения, текстовые вставки представлены на английском языке, что говорит о том, что данная кампания нацелена на мировую аудиторию. Также из просмотров видеоролик можно отметить, что бренд обратил внимание на достаточно важную проблему в современном европейском обществе, такую как расовое равенство, поскольку в видеоролике появляются представители разных культур. Таким образом бренд старается объединить людей, показывая, что данный продукт подойдет людям абсолютно любой расовой принадлежности. Также данный жест в сторону расового равенства подчеркивают фразы, которые появляются в процессе демонстрации девушками продукта, такие как:

‘Restores skin elasticity, soothes and heals damages’, ‘Natural glow from healthy skin!’

- В данных фразах отсутствует какие-либо указание на тип кожи, ее состояние и так далее, что позволяет нам сделать вывод о том, что данный продукт подойдет всем существующим типам кожи вне зависимости от ее состояния и расовой принадлежности конкретного человека.

Что касается способа перевода аудиовизуального текста данного ролика, то, как было сказано ранее, информация представлена на английском языке, в связи с чем, необходимость в переводе текста отпадает.

- Таким образом, проведя анализ рекламных роликов и сопоставив их между собой можно сделать вывод о том, что рекламная кампания корейского бренда на внутреннем рынке, корейского бренда на внешнем рынке и иностранного бренда на корейском рынке это 3 совершенно разных направления, которые создаются и адаптируются в зависимости от целевой аудитории, на которую

они будут представлены. Безусловно, существуют основные критерии написания рекламных текстов, которые соблюдают создатели аудиовизуального контента, однако то, каким образом тот или иной товар будет представлен в конечном итоге, напрямую зависит от места продвижения и культурных особенностей аудитории, на которую они направлены.

\*\*\*

1. Амири Л.П. Языковая игра в российской и американской рекламе: автореферат дис. ... канд. филол. наук / Л.П. Амири - Ростов-на-Дону, 2007. - 26 с.
2. Быстрова Л.А., Поповичева А.А. Основные элементы рекламного текста и их языковые особенности // Вестник ДВГСА, Серия 1. Гуманитарные науки №1 (2). – 2009 г. – с.101-109;
3. Пядышева Т.Г. Вербальные составляющие в структуре рекламного текста // Вестник ТГУ, выпуск №1(5). – 2016 г. – с.29-38.
4. Горшкова В.Е. Теоретические основы процессоориентированного подхода к переводу кинодиалога: на материале современного французского кино: дис. ... докт. филол. наук / В.Е. Горшкова. Иркутск, 2006. 367 с.
5. Никонов В.М. Социо- и лингвокультурологические проблемы адаптации коннотативных единиц языка в тексте // Проблемы культурной адаптации текста: Тезисы докладов междунар. науч. конф. Воронеж: Русская словесность, 1999. С. 73–74.
6. Тимко Н.В. Культурный компонент лингвоэтнического барьера // Ученые записки, серия Лингвистика. Межкультурная коммуникация. Перевод. Курск, 1999. Вып. 2. С. 37–48.
7. 2020년 2월 한국광고 (Best Korean Commercials in Feb 2020). Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=kAoS3iqSBXQ>
8. [COSRX] Advanced Snail 96 Mucin Power Essence (Campaign). Режим доступа: <https://u.to/F3f9Hw>

**Породин И.В.**

### **Особенности взаимодействия рекламного и кино-дискурсов в контексте реализации персуазивной коммуникативной стратегии**

*Государственный Институт Кино и Телевидения  
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-115

#### **Аннотация**

В статье рассматривается роль трейлера как точки взаимодействия рекламного и кино-дискурсов в контексте реализации персуазивной коммуникативной стратегии

**Ключевые слова:** реклама, кинодискурс, трейлер, персуазивная коммуникативная стратегия.

#### **Abstract**

The article examines the role of the trailer as a cooperation point of interaction between advertising and film discourses in the context of the implementation of a persistence communication strategy

**Keywords:** advertising, film discourse, trailer, persistence communication strategy.

Вторая половина XX века ознаменовала собой «дискурсивный переход» в лингвистике – когда в центре внимания исследователей оказались в первую очередь функции языка, их анализ в контексте коммуникативно-прагматических ситуаций.

Многообразие подходов к описанию дискурса можно свести на современном этапе развития лингвистической науки к двум основным направлениям, рассматривающим исходное понятие как а) текст и б) дискурсивную практику. При этом большинство актуальных исследований склоняется к трактовке дискурса по формуле «текст +», где второе слагаемое можно определить как «речевая ситуация взаимодействия».

Еще одной тенденцией в современном изучении понятия «дискурс» является экстралингвистический подход, что позволяет нам рассуждать об общегуманитарном знании, и, следовательно, постоянно расширять список исследуемых дискурсов. Так, М.Фуко выделяет



следующие группы дискурсивных практик: дискурсы повседневного общения, институциональные, политические, публичные, маркетинговые, академические, культурно-мировоззренческие, арт- и медиадискурсы. К последним исследователи относят, среди прочих, дискурс рекламы и кинодискурс [1].

А.В. Голоднов относит рекламу, наряду с дискурсом политическим и религиозным, к риторическому метадискурсу, атрибутируя все три коммуникативной стратегией персуазивности, которую следует понимать как «диалектическое единство концептуально-тематического плана адресанта по построению своего речевого высказывания / текста и процесса творческой (вариативной) реализации этого плана, направленного на достижение прагматической цели адресанта любого текста риторического метадискурса» [2, с. 131].

По С.С.Зайченко, кинодискурс является многоуровневой поликодовой семиотической системой, которая является открытой и постоянно взаимодействует с окружающей средой. Перечисляя функции кинодискурса, он выделяет среди прочих эмотивную и фатическую функции – которые, на наш взгляд, позволяют рассматривать кинодискурс в контексте реализации персуазивной коммуникативной стратегии авторов кино по отношению к аудитории [3].

Таким образом, как отмечает В.А. Андреева, «под персуазивностью в современной лингвистике понимается воздействие на ментальную и эмоциональную сферы одного участника коммуникации (адресата) с целью побуждения его к совершению определенных посткоммуникативных действий в интересах другого участника коммуникации (адресанта)» [4, с.12].

Рассуждая о точке максимально эффективного взаимодействия дискурсов кино и рекламы, стоит в первую очередь отметить феномен кинотрейлера. Кинотрейлеры обладают непревзойденной рекламной эффективностью – по сути, ни одно другое средство кинорекламы не достигает столь большого количества потенциальных зрителей, при достаточно щадящих финансовых затратах. Например, первый длинный трейлер для будущего хита бокс-офиса «Мстители» был в октябре 2011 года эксклюзивно выпущен на iTunes и там в первые 24 часа получил свыше десяти миллионов кликов. Во многом благодаря интернету рекламная эффективность кинотрейлеров достигла нового уровня: рекламные клипы на фильмы присутствуют на онлайн-платформах, анонсирующих кинопремьеры, в киноблогах, на сайтах трейлеров, в онлайн-версиях печатных изданий. Опыт развития сетевой культуры за последние 15 лет дал кинематографистам новые возможности в продвижении своего материала.

Пользователи интернета используют трейлеры фильмов в социальных сетях, на своих фанатских страницах, встраивают трейлеры в свои блоги.

Чтобы привлечь внимание потенциальных зрителей, всё чаще выкладываются в сеть видеоролики съемок, Making-Ofs и иногда целые отрывки из фильма.

Киноиндустрия США инвестирует до 50% от общей стоимости бюджета в рекламу и в большое количество кинокопий, чтобы привлечь зрителей в кино в первую неделю проката – тем самым стараясь минимизировать потенциальные риски спада зрительского интереса, продиктованного отрицательными отзывами по принципу «сарафанного радио».

Здесь наглядно реализуется основная коммуникативная интенция адресанта (кинокомпании) побудить адресата (зрительскую аудиторию) к совершению посткоммуникативного действия (походу в кино после просмотра рекламного ролика фильма). Адресант не скрывает своего намерения, встраивая производство и прокат трейлера в общую промокампанию по продвижению фильма (пресс-релизы, закрытые и премьерные показы, рекламная фотосъемка и т.д.). Адресант, в свою очередь, дает себе отчет о намерениях адресанта, и это изначально даёт ему свободу выбора. Тем не менее, «мягкая сила» рекламной компании первой недели, в том числе тизеры и трейлеры, и является тем самым коммуникативным актом, реализующим персуазивную интенцию адресанта.

Инструментами реализации Soft Power в трейлерах чаще всего становятся звезды (актеры, актрисы и режиссеры), которые функционируют определенным способом как бренды („фильм от создателей ...“). Наряду со звездными именами на передний план также выходят

жанры: будет ли в фильме экшн (остросюжетный боевик), саспенс (психологический триллер), гэги (эксцентричная комедия), или большое чувство (романтическая лавстори)? Иногда трейлеры содержат даже так называемые спойлеры, случайно или намеренно необходимые для создания напряжения в потенциальной зрительской аудитории.

Возвращаясь к жанровым особенностям структуры рекламного текста трейлера, следует вести речь об использовании типичных для конкретного художественного жанра визуальных иконических, графических, аудиальных и вербальных систем – специализированного видеоряда, шрифта, цвета, звукового сопровождения [5].

Рассмотрим несколько паттернов. Например, для трейлера мелодрамы характерны мягкие, приглушенные пастельные тона и мелодичное музыкальное решение, трейлеру фильма ужасов свойственно яркое контрастное, «кровавое» изображение и противопоставление тишины и резких звуков, цветовое и звуковое решения трейлера триллера склонно к «мягкому», порой «туманному» или «акварельному» началу и резкому переходу в цветовой и звуковой палитрах. В мультипликационном трейлере царит буйство красок и форм.

Наряду с типичными изобразительно-графическими и изобразительно-аудиальными средствами присутствуют архетипные вербальные элементы – слоган кинокартины, ее название, дата выхода в прокат.

Жанровая парадигма культуры, в которую вписан трейлер как креолизованный рекламный текст, определяет стереотипные элементы сторителлинга: драматургию, образность, хромотопы.

К жанрам, отдельные элементы или целая структура которых служит моделью для организации рекламного дискурса, следует отнести любовный роман/мелодраму, фантастику или фэнтези, экшн, мюзикл и ужасы. [6, с. 24] Рассмотренная в книге Дж.Кэмпбелла «Тысячеликий герой» концепция мономифа как архетипической модели повествования, «путешествие героя» из мира обыденного в новый мир как нельзя успешно может быть реализована как сюжетная схема трейлера (призыв к приключениям – первый рубеж – дорога испытаний – главное испытание – трансформация). При этом в ролике трейлера воспроизводится неполный сценарий фильма, в нем, как правило, не предусмотрено раскрытие апофеоза и концовки истории. Также главное испытание может быть скрыто от глаз зрителя, а сами этапы «путешествия» могут поменяться местами. В трейлере в первую очередь задаётся конфликтная ситуация, которая обеспечивает драматургию повествования. В жанре мелодрамы это диалог героя и героини, в жанре «экшн» это мотив борьбы добра и зла, в жанре фэнтези это дихотомия «знакомый-незнакомый мир». Принцип противопоставления плохого и хорошего, обычного и фантастического актуален для рекламного дискурса с его идеей «чудесного преобразования». Цель развлечь публику (мюзикл) или пощекотать ей нервы (хоррор) также коррелируется с персуазивностью рекламного дискурса – создать положительный (или отрицательный) прагматический эффект, в конечном счёте – сильную эмоцию, привязанность к героям и обстоятельствам повествования.

Краткость хронометража (до двух минут-трех минут), насыщенность аудиовизуальной информацией, использование ярких спецэффектов, современных монтажных приемов, эффектного музыкального сопровождения, экспозиция истории, интрига - эти характерные особенности трейлеров притягивают внимание зрительской аудитории, манифестируя актуальность исследования рекламы в современной киноиндустрии.

При этом следует подчеркнуть, что из-за концентрированности информации и максимума эмоционального воздействия в единицу времени трейлеры стали неотъемлемой частью современного ритма жизни, самым своим наличием став фактором риска для тех фильмов, которые они рекламируют. Здесь следует вести речь отнюдь не о коммерческих рисках, а о рисках художественной репутации, т.е. поднимать вопрос о роли рекламы в массовой культуре и её влиянии на искусство.

\*\*\*

2. Голоднов А. В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка) / А. В. Голоднов. — Санкт-Петербург : Астерион, 2011.
3. Зайченко С.С. Некоторые особенности кинодискурса как знаковой системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 4 (11). Тамбов: Грамота, 2011. С. 82–86
4. Андреева В. А. Нарратив в персуазивной коммуникации (на примере рекламного дискурса) / В. А. Андреева // Научный диалог. — 2018. — № 12. — С. 9–23.
5. Власенко О.К., Выхованец Н.А. Особенности трейлера как жанра рекламного дискурса // Международный научно-исследовательский журнал. № 4 (106) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-treylera-kak-zhanra-reklamnogo-diskursa>
6. Кармалова Е.Ю. Мифопоэтические и жанровые коды в телекоммуникации: реклама и «развлекательная» тележурналистика: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.Ю. Кармалова. – СПб., 2009. – 48 с.

**Рахимова Н.К.**

**Перевод как своеобразное связующее звено в таджикско-русских литературных взаимоотношениях**

*Худжандский государственный университет им. акад. Б.Гафуров  
(Россия, Худжанд)*

*doi: 10.18411/trnio-10-2023-116*

**Аннотация**

В данной статье обозначается роль и значимость художественного перевода в взаимосвязи и взаимообогащения литератур разных стран и народов. Литературные связи на современном этапе ее развития невозможны в ограниченных рамках любой нации или народа.

**Ключевые слова:** литература, перевод, художественный перевод.

**Abstract**

This article outlines the role and significance of literary translation in the relationship and mutual enrichment of literatures of different countries and peoples. Literary connections at the present stage of its development are impossible within the limited framework of any nation or people.

**Keywords:** literature, translation, literary translation.

Перевод – очень древний вид человеческой деятельности. Своими корнями он уходит в те далекие времена, когда праязык начал распадаться на отдельные языки и возникла необходимость в людях, знавших несколько языков и способных выступать в роли посредников при общении представителей разных языковых общин. Слово «перевод» принадлежит к числу общеизвестных и общепонятных, но и оно, как обозначение специального вида человеческой деятельности и её результата, требует уточнения терминологического определения. XX век считается «золотым веком» художественного перевода, который стал весьма важным и распространенным видом человеческой деятельности благодаря бурному развитию, особенно в 90-е гг. XX в. науки и специальной техники. Вопросы перевода художественной литературы – важнейшая часть общей проблематики культурных связей между народами. В современном мире, перевод все больше выступает как основная форма литературных контактов между народами, а переводчики – это, прежде всего, солдаты меж литературных связей. Через переводы каждый народ получает возможность знакомиться с сокровищами литератур других народов. Л.Климович отмечает: «Художественный перевод – средство и условие взаимосвязи, взаимообогащения и дружбы разноязычных литератур» [2, 76].

В таджикской литературе появилась целая плеяда блестящих переводчиков, создавших славу современной таджикской переводческой школы [6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13]. Широкое признание получили достижения таких мастеров перевода, как Х.Юсуфи, П.Сулаймони, А.Лахути, С.Улугзаде, Л.Шерали, Б.Собир, К.Киром, Х.Ахрори, Э.Муллокандов, Гулназар, Фарзона и другие. Среди таких знатоков таджикской поэзии, всеми любимый поэт Фарзона. Фарзона – сильный, чуткий и вдумчивый поэт таджикской литературы, завоевавший своим

благородным словом место в сердце читателя. Креативность и многословность Фарзоны знакомят людей с красочным миром мыслей. Наряду с литературными жанрами газели, рубаи, двустушия, поэтесса занимается переводами стихов зарубежных и русских поэтов. Внимание поэта в основном сосредоточено на произведениях русских поэтов как, А. Пушкина, Ф. Тютчева, А. Ахматовой, М. Цветаевой, С. Есенин и А. Блока. Влияние русской литературы на стихи Фарзоны чрезвычайно велико. По мнению поэтессы, в русской литературе есть сюжеты, о которых невозможно забыть. Подобно изображению природы, описанию времен года, деревянных изб и живописных деревень, сосновых рощ и сосен воплотили свое очарование в стихах русских писателей. Как искусный переводчик, Фарзона осторожна в выборе стиля, слов и выражений, художественных приемов и других языковых средств. Она старается сохранить высокий смысл, не отходя от сути стихотворения. Читая переводы Фарзоны, мы не чувствуем, что это переводческое произведение, потому что они переведены на высоком профессиональном уровне. Пример этому стихотворение русского писателя Федора Тютчева «Яркий снег сиял в долине»:

*Яркий снег сиял в долине,-  
Снег растаял и ушел;  
Вешний знак блестит в долине,-  
Злак увянет и уйдет.*

*Но который век белеет  
Там, на высях снеговых?  
А заря и ныне сеет  
Розы свежие на них! [5, 41]*

*Перевод Фарзоны:  
Водии хуфта барфдомон аст,  
Барф ҳам дераҳ намеояд.  
Хӯшаи сабзгуна мерахшад,  
Боз ҳам бар завол меояд.  
Баъди мо низ барф меборад  
Дар сари қуллаи амомасафед.  
Боз дар пои кӯҳ мекорад,  
Гули садбарги сурхро хуршед [14, 246].*

Федор Тютчев с высоким творческим настроением описал преображение пейзажей гор и долин своего родного города композициями и словосочетаниями «светлый снег», «вешний знак», «высокие снега», «свежие розы». Поэт не использует сложных слов и выражений для объяснения своих мыслей, напротив, он принимает описания простые и понятные и близкие сердцу каждого читателя. В глазах поэта природа всегда в движении, смене природных явлений, времен года, дня, сменяющего ночь и т. д. Фарзона, в свою очередь, учла душевное состояние поэта, энтузиазм и тщательно выразила суть стихотворения, используя слова и словосочетания «спящая долина» («водии хуфта»), «зеленый колосок» («хӯшаи сабзгуна»), «белая вершина» («куллаи амомасафед»), «красный цветок розы» («гули садбарги сурх»). Анализ показал, что вместо некоторых слов и словосочетаний Фарзона использовала композиции без дословного перевода. Такие, как «сиял в долине» — «водии хуфта барфдомон аст», «но который век белеет» — «баъди мо низ барф меборад», «на высях снеговых» — «сари куллаи амомасафед» и так далее. В процессе анализа стихотворений Анны Андреевны Ахматовой и их сопоставления с переводами на таджикский язык становится очевидным, что глубокие размышления и переживания русской поэтессы, процесс уничтожения прошлого и нравственный перелом в жизни А. Ахматовой, отраженные в ее стихотворениях, лучше других смогла передать на таджикском языке таджикская поэтесса, Народный поэт Таджикистана Фарзона. Надо отметить, что основным фактором успеха Фарзоны в переводе стихотворений Анны Ахматовой является близость художественного мышления и психологии художественного творчества этих двух поэтесс. Одной из важнейших тем в творчестве русской поэтессы становится тема природы. Уже ранние стихи Анны Ахматовой, в которых она наследует традиции пушкинской лирики, наполнены яркими реалистическими зарисовками русской природы в разные времена года. Например, стихотворения А. Ахматовой «Божий Ангел, зимним утром...»:

*Божий ангел, зимним утром  
Тайно обручивший нас,  
С нашей жизни беспечальной  
Глаз не сводит потемневших.  
Оттого мы любим небо,*

*Оҳ, он малак, ки субҳи зимистони  
Мову туро никоҳи ниҳон карда.  
Бар зиндагии бегами мо аз ари  
Амвоҷи поки нур равон карда.  
З-ин ру ману ту ошиқи афлокем,*

*Тонкий воздух, свежий ветер  
И чернеющие ветки  
За оградой чугунной.*

*Оттого мы любим строгий,  
Многоводный, тёмный город,  
И разлуки наши любим,  
И часы недолгих встреч [2, 94].*

*Мафтуни боди тозаи атрогин.  
Масти фуруги шохаи шомогуи  
Дар ин канори панчараи руин.  
3-ин ру ҳамеша мову ту дил бастем  
Бар шаҳр, шаҳри тираваши сероб.  
Сад шукр, шукри ҳаҷри чунин бисёр,  
Сад шукр, шукри васли чунин камёб [14,  
284].*

Исследование переводов произведений А.Ахматовой влияет на взаимосвязь между литературами, а именно художественный перевод является одной из форм освоения иноязычной культуры, имеющий свои особенности и закономерности. Изучение истории перевода произведений русской поэтессы на таджикский язык показывает, что 60-80 годы XX столетия явились своеобразной гранью для внедрения произведений русской культуры в жизнь таджикского народа. Вопрос литературного взаимовлияния посредством исследования творчества некоторых сочинителей стал одним из ведущих в работах литературоведов. Особое внимание при этом уделяется проблемам преемственности мастерства русских поэтов и их влияния на другие национальные литературы. Каждый переводчик одновременно выражает свою мысль и мысль того, чьи стихи он переводит. Анализируя переводы стихотворения «Мореплаватель», выполненные поэтами Гулназаром и Фарзоной, мы пришли к выводу, что в них есть ряд общих и отличительных особенностей. Оба поэта стремились сохранить внешнюю суть стихотворения, но Фарзона больше старалась соблюдать рифмовку и форму стихотворения, а поэт Гулназар Келди в своём переводе большое внимание уделял передаче тех чувств и мыслей, которые и стали основой данного стихотворения Марины Цветаевой. В качестве примера обратимся к оригиналу данного стихотворения, а также к двум переводам на таджикском языке. Оригинал стихотворения М. Цветаевой «Мореплаватель»:

*Закачай меня, звёздный челн!  
Голова устала от волн!  
Слишком долго причалить тицусь,-  
Голова устала от чувств:  
Гимнов – лавров - героев-гидр,-  
Голова устала от игр!  
Положите меж трав и хвой, -  
Голова устала от войн... [15, 294].*

*Перевод Гулназара Келди  
«Баҳрнавард»  
Бидеҳ алвончам, эй киштии заррин!  
Шудам ман хастаи амвоҷи пуркин!  
Умеди соҳилам дур аст чандон-  
Шудам ман хастаи ин дарду армон!  
Бас аст ин мардиву ин ному ишҳрат!  
Шудам ман хастаи ин бочу қисмат!  
Маро дар пои кочу сабза бигзор!  
Шудам ман хастаи дунёи пайкор! [4, 31].*

Каждый переводчик, стараясь сохранить и форму, и содержание переводимого текста, соблюдал свои собственные творческие принципы. И нет, может быть, другого вида литературной деятельности, который так был бы открыт для критики, как художественный перевод. Любая критическая оценка может быть опровергнута другой критической оценкой, так же, как и любой перевод может быть опровергнут другим. На современном этапе процесс сближения и взаимодействия национальных литератур приобретает особенно интенсивный характер. В современном литературоведении заметно возрос интерес к проблеме взаимодействия, взаимовлияния литератур и меж литературных связей, среди которых важное место занимает такое динамичное и диалектически изменяемое явление, как традиции и новаторство. Основные пути развития современной литературы во взаимодействии и взаимообогащении происходит в процессе изменения различных литературных направлений. В настоящее время это становится еще более актуальным для изучения национальных проблем на примере культурного обмена и литературных взаимосвязей, в качестве одного из основных факторов образования. Литературные связи на современном этапе ее развития невозможны в ограниченных рамках любой нации или народа. Именно поэтому одним из главных требований современного литературного пространства является комплексное изучение литературных связей, способствующих художественному прогрессу, глубокому изучению творчества

выдающихся представителей мира культуры и их роли в данном взаимодействии. Перевод обеспечивает продолжительный контакт между людьми, способствующий обмену информацией различного характера, который является основой человеческого прогресса, так как общество может существовать лишь при условии общения друг с другом, таким образом укрепляя международные культурные связи.

\*\*\*

1. Амонов Р. Занимательный рассказ об одном переводе // Памир. 1999. №1. С.185-192
2. Ахматова А. Вечер. Избранные сочинения. Москва: Наука, 1984. 387 с.
3. Бархударов Л.С. Язык и перевод. Москва: Наука, 1997. 286 с.
4. Гулназар К. «Армон»: Маҷмуаи шеърҳо. Душанбе: Ирфон, 1985. 64 с.
5. Тютчев Ф. Весенние воды. Лирика. М.: Детская литература, 1989. 127 с.
6. Ульмасова, З. Развитие исторического романа в современной таджикской литературе / З. Ульмасова // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. – 2015. – № 2(32). – С. 133-136. – EDN JMONRD.
7. Ульмасова, З. Художественный перевод - одна из форм восприимчивости таджикских писателей / З. Ульмасова // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. – 2016. – № 2(36). – С. 71-73. – EDN RYOKGX.
8. Ульмасова, З. Отражение события периода государственной независимости в стихах Фарзонаи Худжанди / З. Ульмасова // Вестник Бохтарского государственного университета имени Носира Хусрава. Серия гуманитарных и экономических наук. – 2018. – № 1-2(53). – С. 15-19. – EDN VAALDD.
9. Ульмасова, З. Исторический роман как отражение реальности жизни / З. Ульмасова // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. – 2015. – № 2(32). – С. 127-130. – EDN JHAPC.
10. Ульмасова, З. Методология исследования исторических романов / З. Ульмасова // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2017. – № 6. – С. 186-188. – EDN ZCMQVN.
11. Ульмасова, З. Традиционная историография и ее литературное значение / З. Ульмасова // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2017. – № 4. – С. 176-178. – EDN ZCMTRJ.
12. Ульмасова, З. Исторический роман и его разновидности / З. Ульмасова // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. – 2009. – № 4(40). – С. 140-145. – EDN OKGBPN.
13. Ульмасова, З. О некоторых стилевых особенностях таджикского исторического романа / З. Ульмасова // Вестник университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). – 2010. – № 3. – С. 186-190. – EDN NDAJXL.
14. Фарзона. Себарга. Хучанд: Ношир, 2011. 436 с.
15. Цветаева М., Стихотворения, Поэмы. М.: Худ. лит, 1989. 289 с.

**Статник О.Г., Паюршина В.И.**

**Аудиосуфлирование как один из методов формирования иноязычной коммуникативной компетенции**

*Филиал Приднестровского государственного университета им. Т.Г. Шевченко  
(Россия, Рыбница)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-117

**Аннотация**

Статья посвящена изучению одного из методов формирования иноязычной коммуникативной компетенции – аудиосуфлированию, который является методом погружения в языковую среду и успешно применяется на занятиях по английскому языку.

**Ключевые слова:** иностранный язык, аудиосуфлирование, формирование иноязычной коммуникативной компетенции, осознанность речи, эмоциональное чтение, языковая среда.

**Abstract**

The article is devoted to the study of one of the methods of developing foreign language communicative competence - audio prompting, which is a method of immersion in the language environment and is successfully used in English classes.

**Keywords:** foreign language, audio prompting, formation of foreign language communicative competence, speech awareness, emotional reading, language environment.

В последние десятилетия наблюдается трансформация взглядов на владение иностранным языком, усиление общественных запросов на квалифицированных и мобильных людей, способных быстро адаптироваться к изменяющимся потребностям общества, овладевать новыми компетенциями.

Владение иностранным языком обеспечивает быстрый доступ к передовым международным научным и технологическим достижениям и расширяет возможности образования и самообразования.

Знание иностранного языка сейчас рассматривается как часть профессии, поэтому он является универсальным предметом, которым стремятся овладеть современные школьники независимо от выбранных ими профильных предметов (математика, история, химия, физика и др.). Таким образом, владение иностранным языком становится одним из важнейших средств социализации и успешной профессиональной деятельности выпускника школы.

Возрастает значимость владения разными иностранными языками как в качестве первого, так и в качестве второго. Расширение номенклатуры изучаемых языков соответствует стратегическим интересам России в эпоху постглобализации и многополярного мира. Знание родного языка экономического или политического партнёра обеспечивает более эффективное общение, учитывающее особенности культуры партнёра, что позволяет успешнее решать возникающие проблемы и избегать конфликтов.

Целью иноязычного образования провозглашено формирование коммуникативной компетенции обучающихся в единстве таких её составляющих, как речевая, языковая, социокультурная, компенсаторная компетенции:

- 1) речевая компетенция – развитие коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении, письме);
- 2) языковая компетенция – овладение новыми языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, отобранными для основной школы; освоение знаний о языковых явлениях изучаемого языка, разных способах выражения мысли в родном и изучаемом языке.
- 3) социокультурная компетенция – приобщение учащихся к культуре, традициям и реалиям стран изучаемого иностранного языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам, психологическим особенностям учащихся основной школы; формирование умения представлять свою страну, ее культуру в условиях иноязычного межкультурного общения;
- 4) компенсаторная компетенция представляет собой развитие умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств при получении и передаче информации;
- 5) учебно-познавательная компетенция – это дальнейшее развитие общих и специальных учебных умений; ознакомление с доступными учащимся способами и приемами самостоятельного изучения языков и культур, в том числе с использованием новых информационных технологий.

Для качественного развития вышеперечисленных компетенций на уроках иностранного языка учителю необходимы современные инструменты, позволяющие достичь практического применения изучаемого материала. Одним из таких инструментов может стать аудиосуфлирование – это один из основных методов погружения в языковую среду и развития спонтанной речи, разработанных педагогом и методистом О.Л. Соболевой.

При аудиосуфлировании ребенок слышит речь носителя языка, при этом общается он с персонажами историй. Он проживает эмоционально эти истории, переживания героев. Ребенок слушает, читает вслух, сначала за диктором, затем диктор суфлирует ребенку, потому что он в эмоциональном чтении вслух увлекается и уже опережает диктора.



В методе аудиосуфлирования осознанность всегда первична, а в проговаривании совершенно спокойно допускается «сминание» текстов по аналогии с тем, как дети только начинают изучение родного языка.

Аудиосуфлирование идёт от проживания, перевоплощения в диктора и даже в придание собственного характера главному герою, к чёткости проговаривания на продвинутом этапе.

Важным условием аудиосуфлирования является эмоциональное чтение.

Регулярное использование аудиосуфлирования на уроках иностранного языка и при выполнении домашних заданий предполагает создание языковой среды без искусственного замедления речи, развитие спонтанной речи, запоминание материала (лексики, грамматики) через эмоциональное проживание фраз, развитие умения читать и фонетических навыков.

При выполнении домашних заданий ученики прослушивают дома самостоятельно аудиозаписи, повторяют за диктором то, что было пройдено на занятиях, тем самым закрепляя усвоенный материал, перевоплощаются в роли дикторов, и таким образом создается языковая среда, в которой звучит речь носителей в реальных речевых ситуациях.

Аудиосуфлирование в данном случае является тем инструментом, который позволяет дополнить основную языковую практику вне уроков и более качественно сформировать большинство составляющих иноязычной коммуникативной компетенции.

Что касается речевой компетенции, выполняя задания по аудиосуфлированию, ученики многократно прослушивают аудио и проговаривают за диктором, что позволяет им запоминать слова, фразы и отрывки из текстов. Далее на уроках учитель осуществляет рециркуляцию важных лексических, грамматических единиц и создает ситуации для их применения в речи учеников. На каждом занятии ученики прослушивают аудиозаписи текстов разных стилей и тематик (художественная литература, повседневные диалоги, озвученные грамматические упражнения и др.), в большинстве случаев записанные носителями языка.

Помимо говорения и аудирования, аудиосуфлирование способствует формированию умений чтения и письма. С первых уроков ученики не изучают правила чтения, транскрипционные знаки или чтение по методике фониксов, а начинают читать вместе с озвучкой сначала короткие тексты и диалоги, которые предварительно вводятся учителем на уроках, затем, с повышением уровня владения языком, повышается и уровень сложности текстов для аудиосуфлирования. Дети запоминают фразы, клише, вводные конструкции, которые после аудиосуфлирования записываются. Таким образом, ученики, регулярно читая за диктором, запоминают аутентичное произношение слов, а позже их написание и умеют применять эти знания при чтении и письме.

Основной задачей при чтении за диктором является не столько отработка четкости, сколько осознанное чтение. При этом текстами для аудиосуфлирования являются не только учебные материалы, но и познавательные или развлекательные тексты: например, могут использоваться отрывки из мультфильмов на иностранном языке: учитель обсуждает с учениками на занятиях фрагмент, а затем задает в качестве домашнего задания аудиосуфлирование по фрагменту. Язык в таких материалах, как правило, не адаптирован, и дети привыкают слышать в том числе разговорную речь с сокращениями и бытовой лексикой, что в дальнейшем помогает им самостоятельно смотреть фильмы и мультфильмы в оригинале.

Таким образом, метод аудиосуфлирования считается одним из нетрадиционных в изучении иностранного языка, но в последнее время приобретает все большую популярность. Являясь достаточно интенсивным методом обучения, при котором учащиеся слушают и повторяют услышанное почти одновременно, он служит плавным переходом от понимания того, что вы хотите сказать к способности действительно бегло высказать это вслух. В процессе многократного использования этого метода улучшается интонация, произношение, выразительность и беглость речи, увеличивается лексический запас.

\*\*\*

1. Витлин, Ж.Л. Эволюция методов обучения иностранным языкам в XX веке // Иностранные языки в школе. 2001. № 2.
2. Крылова В.В., Соболева О.Л. Приемы и хитрости. М.: Гудвиллэнд, 2006.

3. Полякова, Е.В. Компетентностный подход на уроках английского языка. – URL: <https://nsportal.ru/shkola/materialy-metodicheskikh-obedinenii/library/2012/10/18/kompetentnostnyu-podkhod-na-urokakh>
4. Соболева, О.Л. Аудиосуфлирование, видеосуфлирование, открытый диалог из первоисточника методики естественного погружения: официальный сайт. – URL: <https://osmteaching.ru/Article/audiosuflirovanie-videosuflirovanie-otkryty-dialog-iz-pervoistochnika-metodiki-estestvennogo-pogruzeniya-ast-opendialog-shootdrama>.

Стешина Е.Г., Стешин К.М.

### Классические теории когнитивной лингвистики

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства  
(Россия, Пенза)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-118

#### Аннотация

В статье рассматривается понятие когнитивной лингвистики, как междисциплинарной отрасли языкознания, объединяющее знания и исследования в области психологии и лингвистики. Она описывает роль взаимодействия языка с сознанием, так как язык формирует наши мысли, и показывает эволюцию языка параллельно с изменением общего менталитета во времени.

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, языковое мышление, семантика, концепт, когнитивные способности человека.

#### Abstract

The article examines the concept of cognitive linguistics as an interdisciplinary branch of linguistics, combining knowledge and research in the field of psychology and linguistics. It describes the role of the interaction of language with consciousness, as language shapes our thoughts, and shows the evolution of language in parallel with the change in general mentality over time.

**Keywords:** cognitive linguistics, linguistic thinking, semantics, concept, human cognitive abilities.

Когнитивная лингвистика изучает язык как составляющее когнитивных способностей человека, так представляет особый интерес следующие элементы языка: структурные характеристики языковой категоризации (например, систематическая полисемия, когнитивные модели, ментальные образы и концептуальные метафоры); функциональные принципы языковой организации (такие как иконичность и естественность); концептуальные взаимосвязи между синтаксисом и (изучение когнитивной грамматики и грамматики конструкций); эмпирического и прагматического материала языка; и отношения между языком и мыслью, в том числе вопросы о лингвистической относительности и концептуальных универсалиях.

Согласно словарям, слово "когнитивный" определяется как "с участием сознательной интеллектуальной деятельности (например, мышление, рассуждение или запоминание)". Словарь Мерриам-Вебстер также определяет лингвистику как "изучение человеческой речи, включая единицы языка, природу, структуру и модификацию языка". [1] Анализ концептуальных и эмпирических основ лингвистических категорий имеет первостепенное значение. Формальные структуры языка изучаются не так, как если бы они были автономными, а как отражение общей концептуальной организации, принципов категоризации, механизмов обработки, а также эмпирических влияний.

То, что объединяет различные формы когнитивной лингвистики - это вера в то, что лингвистическое знание включает не только знание языка, но и знание мира, опосредованное языком. Кроме того, когнитивная лингвистика утверждает, что язык является одновременно воплощением мыслительной деятельности человека и опосредовано сознанием.

Когнитивная лингвистика - относительно современная отрасль лингвистики. Это течение было основано Джорджем Лакоффом и Лангакером. Лакофф ввел термин "когнитивная

лингвистика" в 1987 году в своей книге "Женщины, огонь и опасные вещи" - это одно из его самых известных произведений. [2] В дополнение к этому, у Лакоффа было много предыдущих публикаций, в которых обсуждалась роль различных когнитивных процессов в использовании языка. Некоторые из публикаций включают в себя "Роль дедукции в грамматике" и "Лингвистика и естественная логика". [3]

В 1975 году он опубликовал статью под названием "Когнитивная грамматика: некоторые предварительные рассуждения"; следовательно, он был также первым, кто употребил определение "когнитивной грамматики". [4] Позднее он подвергся критике со стороны многих видных лингвистов. Однако к концу 1980-х годов область когнитивной лингвистики привлекла внимание многих людей и стала популярной. Журнал когнитивной лингвистики был основан в 1990 году как первый журнал, который специализируется на научных исследованиях в этой области.

Когнитивисты отрицают, что разум - уникальный и автономный. [5] Это контрастирует с позицией Ноама Хомского касательно области генеративной грамматики. Хотя когнитивные лингвисты не отрицают, что часть человеческих лингвистических способностей могут быть врожденными. Отходя от традиции классической семантики, когнитивные лингвисты рассматривают смысл в терминах концептуализации. Вместо того, чтобы рассматривать смысл с точки зрения модели мира, они рассматривают это с точки зрения ментальных пространств. Они утверждают, что знание языковых явлений, т. е. фонем, морфем и синтаксиса носит, по сути, концептуальный характер. Однако они утверждают, что хранение и извлечение лингвистических данных существенно не отличается от хранения и извлечения других знаний, и что при владении языком используются те же когнитивные способности, что и в других неязыковых задачах.

Когнитивисты выделяют три основных догмы когнитивной науки.

1. Воплощение как редукционизм: социокультурная лингвистика - это междисциплинарная наука, осмысляющая лингвистику как результат взаимодействия языка с социокультурными компонентами. Однако эмпирические методики когнитивной лингвистики противоречат этому. Лакофф в своей нейронной теории языка утверждает, что "когнитивная лингвистика - это не когнитивная лингвистика, если она игнорирует соответствующие структуры о мозге," где структура мозга накладывает свои суперпозиции, схемы, изображения и универсальные шаблоны на язык. Основное возражение против этой концепции заключается в том, что чрезмерное внимание к структуре мозга, анатомически и функционально, устранил социокультурные теории языка.

1. Воплощение как нечто статическое: эта догма дополняет первую. Мы живые существа, наш мозг – это динамический и органический орган, и развитие мозга со временем является критическим фактором в определении функций мозга, структуры мозга и молекулярных процессов, которые управляют им. Функции мозга варьируются в зависимости от возраста; иногда претерпевают травмы и могут эволюционировать в течение нескольких поколений. Таким образом, поскольку функция и структура мозга динамичны, то и язык должен быть и динамичным. Однако результаты когнитивной лингвистики пока не учитывают временную прогрессию. В нем лишь описываются факты использования языка при определенных условиях.
2. Воплощение как сознание (или как бессознательное): существует распространенное заблуждение, что изучение психического процесса означает, что мы на самом деле "осознаем" его. Тем не менее, в когнитивной лингвистике это не так. Например, наш мозг неосознанно разрезает звуковые волны на фонемы. Такой процесс изучается с использованием таких разных методов, которые не информативны о том, являются ли процессы нейролингвистики сознательными или нет.

Когнитивная семантика является частью когнитивной лингвистики. Семантика - это изучение лингвистического значения. Когнитивная семантика считает, что язык является

частью человеческой когнитивной способности, и, следовательно, может описать мир, как люди воспринимают его. Подразумевается, что существует некоторая разница между концептуальным миром и реальным миром.

Основные принципы когнитивной семантики:

- Грамматика отражает концепцию мира, хранящегося в культуре;
- Знание языка приобретено контекстуально;
- Использование языка опирается на общие когнитивные догмы, а не на языковые средства.

Как часть когнитивной лингвистики, подход когнитивной семантики отвергает традиционное разделение лингвистики на фонологию, морфологию, синтаксис. Традиционными методами когнитивной семантики, как правило, используются в лексических исследованиях, такие исследователи, как Леонард Талми, Джордж Лакофф и Брюс Уэйн Хокинс. Некоторые когнитивные семантические структуры, например, разработанные Леонардом Талми, также учитывают синтаксические структуры.

Таким образом, классические теории в когнитивной семантике и когнитивной лингвистике, как правило, объясняют значение деталей в терминах необходимых и достаточных условий, предложений с точки зрения истины-условия, и состав с точки зрения пропозициональной функции. Каждая из этих позиций тесно связана с другими. Согласно этим традиционным теориям, смысл конкретного предложения может пониматься как условия, при которых утверждение, переданное предложением, является верным. Устанавливая истину, исследователи опираются на теории в смежных областях, таких как когнитивная психология и когнитивная антропология.

\*\*\*

1. Mish, F. C. The Merriam-Webster Dictionary. 6-th edition. Merriam-Webster, Incorporated Springfield, Massachusetts, 2004.
2. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago; London, 1980. – P. 2-247.
3. Лангакер, Р. В. Природа грамматической валентности // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. 1998 N5. С. 73-111.
4. Лангакер, Р. В. Модель, основанная на языковом употреблении // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. 1997. N4: с. 159-174; N 6: с. 101-123.
5. Хомский, Н. Язык и мышление. - М., 1972., 397с.

**Тлисова С.М., Кулаева М.**

**Пословицы и поговорки на уроках иностранного языка**

*ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»  
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-119

#### **Аннотация**

В статье затрагиваются некоторые эффективные приемы работы с пословицами и поговорками в обучении иностранному языку.

**Ключевые слова:** пословицы, поговорки, навыки, развивать, выражать.

#### **Abstract**

The article touches upon some effective methods of working with proverbs and sayings in teaching a foreign language

**Keywords:** proverbs ,sayings , skills, to develop, to express.

Английский термин *proverb* соответствует как пословицам, так и поговоркам. В паремииологии (наука о пословицах) под пословицей понимается образное суждение, имеющее переносный смысл и применяемое к различным случаям жизни [2].

Пословицы и поговорки способствуют развитию навыков говорения, чтения, письма у обучающихся. Чтобы добиться эффективного усвоения учебного материала используются различные формы работы.

1. Translate the following sentences using Russian equivalents of the English proverbs. You came to my side when I was in trouble .A friend in need is a friend indeed . Друзья познаются в беде

2. Supply the missing part of the proverbs.

The devil is not so black (.....)

To wash one's dirty linen (.....)

He laughs best (.....)

3. Answer these questions .After each answer give some maxim, using one of the proverbs given below.

- a. When faced with a problem ,is it better to try solving it quite alone or consult other people?

- б. Your friend has been suffering from bad toothache for a long time as she is afraid to go to the dentist. how would you urge her to overcome her fear ?

The proverbs to be used:

A friend in need is a friend indeed , all is well that ends well, two heads are better than one, the devil is not so black as he is painted , don't trouble trouble until trouble troubles you , treat others as you want to be treated yourself.

4. Пословицы и поговорки могут быть также использованы при обучении диалогической ,монологической речи.

Make up a dialogue using a proverb. suggested situation:

The group are whitewashing their classroom . A. does not like the way B . and C . are doing it. She is finding fault with everything .

5. Build up situations of your own round the following proverbs:

- 1.East or West home is best.

- 2.Make hay while the sun shines.

- 3.To get out of bed on the wrong side

6. Make up dialogues around these proverbs . The key words and expressions will help you:

1. Custom is a second nature. (the key words and expressions : to talk back, to justify oneself , it is foolish to think that ,you do not say so, on the contrary)

2. An hour in the morning is worth two in evening . (the key words and expressions: to sit up late , to read oneself to sleep, in my opinion, to be responsible for smth, it was due to the fact that) [7].

Важным обучающим и мотивационным фактором является работа с пословицами и поговорками, которая может проводиться как в аудитории, так и использоваться в виде различных заданий во внеаудиторной работе .

Использование пословиц и поговорок на уроках английского языка способствует лучшему овладению этим предметом, расширяя знания о языке и особенностях его функционирования. Приобщение к культуре страны изучаемого языка через элементы фольклора дает обучающимся ощущение сопричастности к другому народу.

his old expression comes from the days of blacksmiths (people who work with metal). To shape the metal, the blacksmith would have to beat it with a hammer. Iron is easier to work with when it's hot. This proverb means you should take advantage of the moment. If an opportunity presents itself to you, take it! Take action because the chance may not come again [4].

Пословицы и поговорки могут быть также использованы при обучении грамматике.

Коммуникативная методика предполагает обучение грамматике на функциональной и интерактивной основе. Это означает, что грамматические явления изучаются не как "формы" и "структуры", а как средства выражения определенных мыслей, отношений, коммуникативных намерений.

Сторонники прямых методов стоят на позиции имплицитного подхода к обучению грамматике, считая, что многократное повторение одних и тех же фраз в соответствующих ситуациях вырабатывает в конце концов способность не делать грамматических ошибок в речи. Поэтому, являясь с одной стороны средством выражения мысли, а с другой – реализуя изучаемые формы или конструкции в речи, пословицы и поговорки как нельзя лучше способствуют автоматизации и активизации данных грамматических форм и конструкций. Так, повелительное наклонение выполняет в общении побудительную функцию, и с его помощью можно выразить просьбу, совет, предложения, пожелания, разрешения, запрещения, предостережения, которые заключаются в пословицах. Например:

Don't burn your bridges behind you.  
Strike while the iron is hot.  
Don't cross the bridge until you come to it.  
Look before you leap. Don't judge a book by its cover.  
make a mountain out of an anthill.  
Always put your best foot forward.  
Don't bite off more than you can chew.  
Don't count your chickens before they hatch [3].

Можно также использовать пословицы и поговорки при изучении неправильных глаголов английского языка. Сюда можно отнести такие пословицы:

What is done can't be undone.  
One link broken, the whole chain is broken.  
If one claw is caught, the bird is lost.

Практика показывает, что процесс освоения степеней сравнения прилагательных не представляет сложности, если материал предлагается по возможности в виде пословиц и поговорок. Например:

Better late than never. The best fish swim in the bottom. The least said, the soonest mended.

Также можно использовать пословицы и поговорки при изучении модальных глаголов:

Beggars can't be choosers.  
You can't have your cake and eat it too.  
Don't bite off more than you can chew.  
People in glass houses shouldn't throw stones.  
You can't make an omelet without breaking a few eggs.  
Never put off till tomorrow what you can do today.  
When pigs can fly.  
You can't eat your cake and have it;  
артиклей:  
An apple a day keeps a doctor away.  
A man can die but once.  
A friend in need is a friend indeed.  
The devil is not so black as he is painted.  
A wise man changes his mind, a fool never will [6].

Вряд ли можно построить обучение грамматике полностью на материале пословиц и поговорок, но представляется целесообразным их использование для иллюстрации грамматических явлений и закрепления их в речи.

Лексико-грамматическая насыщенность пословиц и поговорок позволяет использовать их не только при объяснении и активизации многих грамматических явлений, но и для обогащения лексического запаса. Пословицы и поговорки являются хорошим материалом при дискуссиях, например при обсуждении устной темы: «Мои лучшие друзья» обучающиеся могут использовать такие пословицы как: A friend in need is a friend indeed. Друзья познаются в беде. A friend to all is a friend to none. Приятелей много да друга нет. Такие пословицы, как: «Early to bed, early to rise makes a man healthy, wealthy and wise. Кто рано встает, тому Бог

подает», «Health above wealth. Здоровье превыше богатства», «A sound mind is a sound body. В здоровом теле здоровый дух», мотивируют обучающихся к ведению здорового образа жизни.

Одну и ту же поговорку или поговорку можно интерпретировать по-разному. Поэтому, на основе данной поговорки или поговорки обучающиеся учатся выражать свои собственные мысли, чувства, переживания, т.е. демонстрируют различные способы их размещения в речи.

Поэтому, использование поговорок и пословиц на уроках иностранного языка развивает творческую инициативу обучающихся через подготовленную и неподготовленную речь. Знание английских поговорок и поговорок обогащает словарный запас, помогает усвоить образный строй языка, развивает память, приобщает к народной мудрости. В некоторых образных предложениях, содержащих законченную мысль, обычно легче запоминаются новые слова.

Необходимость поисковых средств эквивалентного перевода выражений на родной язык развивает переводческие навыки и умения. К тому же, работа с поговорками и поговорками стимулирует интерес обучающихся к работе со словарем.

\*\*\*

1. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка / А.В. Кунин. - М.: Международные отношения, 1972. - 293 с
2. Кунин А.В. Курс фразеологии английского языка. - М.: Высшая школа, 1986. - С. 32
3. Баранцев К.Т. Английские поговорки и поговорки. - М.: Просвещение, 1973. - 175 с.
4. Дыбенко А.Ю. Англо-американские поговорки и поговорки. - М.: Новая книга, 2004. - 416 с.
5. Антрушина Г.Б. Лексикологии английского языка: Учеб. пособие для студентов / Г.Б. Антрушина, А.В. афанасьева, Н.Н. Морозова. - М.: Дрофа, 1999.- 288 с.
6. Арнольд И.В. Лексикологии современного английского языка / И.В. Арнольд. - М.: Высш. Шк., 1986. - 295 с
7. Науменко Э. А. Пословицы и поговорки со структурой сравнения в английском языке: лингвистический и лингвокультурологический аспекты // Сборник материалов 71-й научной конференции студентов и аспирантов БГУ. – 2014. – С. 107–111

**Эшиев А. М.**

**Игра кочевников, бой на копьях в эпосе «Манас»**

*Жалал-Абадский государственный  
университет имени Б. Осмонова  
(Кыргызстан, Жалал-Абад)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-120

#### **Аннотация**

В статье рассматриваются игры кочевников, где проявляются элементы информационно-психологической войны на знаменитой тризне по Кокотой-хану. Описываются демонстрация силы и уровень подготовки гвардейцев-витязей Манаса, пришедшим извне приглашенным гостям - каракитайцам, калмыкам, ойротам. Идентифицируются религиозные различия между калмыками и каракитайцами.

**Ключевые слова:** тризна, игры кочевников, певцы-глашатаи, информационно-психологическая война, демонстрация силы, бой на копьях, борьба на коне.

#### **Abstract**

The article deals with the games of nomads, where elements of information and psychological warfare are manifested at the famous feast after Kokotoy Khan. The demonstration of strength and the level of training of the guardsmen-knights of Manas, the invited guests who came from outside - the Kara-Kitais, Kalmyks, Oirots, are described. Religious differences between Kalmyks and Kara-Khitai are identified.

**Keywords:** funeral feast, games of nomads, singer-criers, informational-psychological warfare, demonstration of force, fighting with spears, wrestling on horseback.

Военно-спортивные игры кочевников. Эпические события происходят в честь поминания усопшего Кокотой-хана на долине Каркыра. Целью первой части традиционных



военно-спортивных игр было продемонстрировать величие кыргызского духа, воинскую мощь и высочайшее мастерство гвардейцев-витязей. В этой части имеются буквально все: построение (и перестроение) на конях, различные боевые приемы, верховая езда, стрельба из лука и ружья, бой на мечях и пиках. Все это делается без всяких приказов, только звуком добулбаса (барабана) Манаса. Эта была демонстрация силы войск Манаса, сорока гвардейцев-витязей (и восьмидесяти четырех воинов). Во-вторых, показать уровень готовности кыргызских воинов, что они обладают такими арсеналами воинского мастерства. В-третьих, показ боевой мощи и уровень подготовки кыргызской конницы, пришедшим извне каракитайцам, калмыкам и ойротам.

Очевидно, что Манас, Бакай, Алмамбет и сорок витязей достигли такого виртуозного мастерства после долгих утомительных и изнурительных тренировок. Стало быть, Манас и его соратники по оружию не сидели сложа руки, или устраивали потешные игры и развлечения ради забавы. Манас, Бакай, Алмамбет не проморгали отведенное время, а основательно подготовились к тризне по Кокотою. Они прекрасно помнили, что кроме своих кыргызских племен и лояльных зарубежных гостей, среди приглашенных имеются и неприятели (каракитай, ойроты, калмыки, манчжуры). Ожидаемы были всякие непредвиденные прецеденты, различные эксцессы, нежелательные инциденты.

- Манастан доол күп этти, (Когда Манас бил в барабан,)  
Ооз оту үрп этти, (Из стволов пламя вспыхнуло,)  
Сексен төрт мылтык баарысы (Все восемьдесят четыре ружья)  
Бир унчугуп дүп этти. (Одним залпом грохнуло.)  
Ок тийгендей шалк этип, (Будто пораженные пулей,)  
Сексен төрттүн баарысы (Все восемьдесят четыре)  
Жерге түштү жалп этип... (Хором навзничь упало ...) [2, с. 167].

Все восемьдесят четыре всадников разом падают на землю, и тут же с легкостью вскакивают на коней и продолжают биться в группе, в одиночку, друг с другом.

- Жана доол урганы, (Еще раз загремел барабан,)  
Кашындагы Кыргыз чал, (Вон рядышком Кыргыз чал,)  
Кыйладан ашык дыңгыл чал (Весьма горделивый старина)  
Кары бою тебетей (С головы тубетей сорвал)  
Кайытып көккө ыргытты... (И как он закинул ввысь...) [2, с. 167]
- Тубетей, брошенный Кыргыз чалом, отскакивает на верх каждый раз, когда в него попадают стрелы, не опускаясь на землю. Ажыбай на пике опрокидывает Алмамбета, а Бакай мечом сражает наповал Кыргыз чала.  
Бакайдан найза жеткени, (Бакай как молния с копьем,)  
Эмчекке найза неткени, (Вонзил копье ему в грудь,)  
Кыйынсынган Кыргыз чал (Высокомерный Кыргыз чал)  
Кырданып аттан кеткени. (Слетел на бок с коня.) [2, с. 169].  
Артынан жетип эр Бакай (Догонял его эр Бакай)  
Улак энген эмедей (Будто бы как козленка)  
Алмамбетти эңип алганы, (Схватил Алмамбета на лету,)  
Атына кое салганы. (Положил его на свой конь.) [2, с. 170].  
Али да аман сексени (Все восемьдесят еще живы)  
Артынан Манас жеткени, (Догоняет их сам Манас,)  
Атагы чыккан кырк баатыр (Славные сорок витязей)  
Андистиги эмес неткени... (Все искусные мастера...) [2, с. 171].
- Без сомнения, что увидев высочайшую эквилибристику гвардейцев Великодушного, множество вражеских витязей-батыров могло падать духом и все из рук валиться. Да, это была информационно-психологическая война Манаса, которая преследовала предупредить неприятелей от всяких необдуманных поступков. Получается так, что древние кыргызские племена обладали в своем военном арсенале подобными видами и приемами психологической войны.

Бой на копьях Манаса и Конурбая. Конурбай был ханом каракитаев, сыном Алооке хана, из рода Туңша Бээжин. Он во всеуслышание объявит, что выйдет сражаться с Манасом, однако исход борьбы зависит от расположения коко тенира.

Көкө тенир бир билер, (Один коко тенир знает,)  
 Кайсынысы жыгарын, ((Кто из нас победит,)  
 Манас чыкса сайышка (Если выйдет сам Манас)  
 Байласаң болбой чыгамын. (Непрерменно выйду я.) [2, с. 232].

Конурбай молится лаанату (прежняя вера каракитаев) и коко тениру.

По сведениям Кошой он поклонился еще и статуе будды. Выходит, каракитаец Конурбай и калмык Жолой поклонились коко тениру и будде. Однако Конурбай в отличие от Жолоя почитал и лаанат.

➤ Лаанатка сыйынып, (Помолился лаанату,)  
 Бурама темир курчанып, (Облачился в кольчугу,)  
 Каарданып сурданып, (Разбушевался не на шутку,)  
 Чарайна төшкө тартынып, (К груди прикрепил чарайну,)  
 Чакчырылып Коң төрө (Зарвался Кон тюря) [2, с. 236].  
 Бутканага чокунуп, (У статуи будды помолился,)  
 Булуттай кара ат токунуп, (На коне как черное облако,)  
 Азырланып алыптыр... (Подготовился к схватке...) [2, с. 239].

По всей видимости, калмыков (ойротов) и каракитаев объединял буддизм. Однако манчжурские калмыки и алтайские калмыки отличались по верованиям. Например, манчжурские калмыки (Айнакул, Шакум-Мажик), лояльные кыргызам Манаса, на Алтае почитали коко тенир [1, с. 142]. Однако отсутствуют эпические сведения, что они поклонились бы будде, похоже, они не успели перейти к будде, как алтайские калмыки. Надо отметить, что манчжурские калмыки до конца эпических событий на равне с кыргызами Манаса самоотверженно воюют против ойротов Текескана, Акунбешима, каракитайцев Алооке хана, Конурбая и калмыков Нескары, Жолоя.

С неприятельской стороны готовился к бою хан Конурбай, с кыргызской стороны Манас. Глава племени катаган, старейшина кыргызов Кошой:

➤ Кошой туруп кеп айтат, (Кошой так и скажет,)  
 Кокуй Манас деп айтат. (Что за напасть такая, Манас.)  
 Кечээ кезек меники, (Вчера я выступал,)  
 Бүгүн кезек сеники. (А вот сегодня ты.)  
 Бакай атын токуду, (Бакай коня оседлал,)

Кошой сөзүн окуду. (Кошой сам благославил.) [4, с. Шапак, 172].

В поединке на пиках, за весь день не смогут одолеть друг друга Манас и Конурбай. Тогда по распоряжению главного глашатая-певца эр Ажыбая по шесть человек с двух сторон остановят бой двух могучих богатырей до следующего дня.

➤ Ар жагынан алты адам, (Шесть человек с той стороны,)  
 Бер жагынан алты адам (Шесть человек с этой стороны)  
 Он эки киши барды эми. (Двенадцать человек подошли.)  
 Ортосуна кирди эми (Встали между двумя батырами)  
 Ажыратып турду эми... (Разняли обоих как могли...) [4, с. 173].

Затем, эр Ажыбай объявляет во всеуслышание о завтрашнем сражении двух могучих богатырей:

➤ Калганын эртең сайышсын, (Завтра будет продолжено),  
 Бүгүн ойлоп алышсын, (Сегодня время на размышление,)  
 Кош кошунга баргыла, (Идти на обставленные лагеря,)  
 Көтөргөн үйгө киргиле! (Устраивайтесь вам в вежах!)  
 Эртең түштө чыккыла, (Завтра в полдень выступить,)  
 Ырчынын сөзүн уккула, (Команду бирюча-певца исполнить,)  
 Эс алып бүгүн жаткыла! (А сегодня набираться сил!) [4, с. 173].

Распоряжение певца-глашатая было неписанным законом военной демократии. Независимо от власти и всеобщей популярности, во время военно-спортивных игр, поголовно все обязаны были выполнять его указание. А ведь Манас был ханом сорокаплеменного Кыргыз журту, а Конурбай ханом каракитаев (и их союзников).

Кошой, как никто другой, сильно волновался за Манаса, за честь и достоинство всего кыргызского народа.

Манас менен кошулуп, (Вместе с Манасом,  
 Кошой кошо барды эми. (Пошел с ним Кошой.)  
 Таң атканча буркурап, (До утра он горевал,  
 Уктабастан зыркырап, (Без сна причитал,  
 Кудайдан тилек тиледи. (Помолился богу.)  
 Бу Манаска не болот? (Что будет с Манасом?)  
 Ушул жолдо сайбаса, (Если не всадить пику теперь,)  
 Арбагы баштан жоголот (Улетучатся святые духи) [4, с. Шапак, 174].  
 Тили буруу манжунун (Этого манчжура чужеземца)  
 Башын кесип саларда, (Перед тем как голову с плеч,)  
 Аялары жанында, (Все аяры рядышком,)  
 Жайсандары кашында ... (Жайсаны под самым носом ...)  
 Арам өлгөн Алгара (Окаянный конь Алгара)  
 Коңурдун белин тиштеп, (Свалив Конурбая на себя,)  
 Кутулткан оо, журтум. (Убежал-таки от погони.) [Шаабай. 3, с. 29].

По варианту Шаабая Азизова Манас мог убить Конурбая, однако в последний момент его спасает от верной гибели его верный конь Алгара. Кстати, первый сказитель-манасчы этого варианта с глубоким скорбием констатирует (“Кутулткан оо, журтум” (“Ах, как жаль, право жаль”) этот досадный эпизод.

Борьба на коне (эр эңиш).

Ал аңгыча кытайдан (И вдруг из китайцев)  
 Шандөөгөр чыгып калыптыр, (Появился Шандоогор,  
 Түп-Бээжиндин журтунан... (Из народа Тюп-Бээжин...)  
 Ал чыккан соң токтолбой, (И вот не мешкая сразу,)  
 Күн батыш жаккы капырдан (Из западных кяфиров)  
 Чыноончук дөбөт баатыры (Верзила Чыноончук батыр)  
 Чыгып калды акыры... (Уже наготове стоит...)  
 Лаайламага сыйынып, (Помолившись Лаайламу,)  
 Жалаң кийип соотуну... (Облачившись слегка в кольчугу...) [2, с. 255].

Из команды Конурбая на арену конной борьбы выходит Шандоогор из Тюп Бээжина, видимо, из столичного ордо Эсенкана (главы всех каракитаев). В эпосе богатырь Чыноончук, из западных этнических единиц, прозывается “кяфиром”, похоже, этот калмык по верованиям не относился ни к одному из основных религий сторон (кок тенир, будда, ислам). Он почитал свою родоплеменную религию лаайламу. Так, эти два борца на коне долго не могут одолеть друг друга. И все же уличив момент Чыноончук сваливает Шандоогора с коня.

\*\*\*

1. Манас. Сагымбай Орозбаковдун варианты боюнча. I китеп. Фрунзе: «Кыргызстан», 1984. (Манас. По варианту Сагымбая Орозбакова. I книга).
2. Манас. Сагымбай Орозбаковдун варианты боюнча. III китеп. Фрунзе, «Кыргызстан», 1981. (Манас. По варианту Сагымбая Орозбакова. III книга).
3. Манас. Манасчы Шаабай Азизовдун варианты боюнча. Бишкек: «Кут Бер», 2013. (Манас. По варианту Шаабая Азизова).
4. Манас. Шапак Рысмендеевдин айткан варианты боюнча. Бишкек: «Газета.KG», 2013. (Манас. По варианту Шапака Рысмендеева).

**Steshin K.M., Milotaeva O.S.**

**Current trends in the development of the English language using the example of abbreviations**

*Penza State University of Architecture and Construction  
(Russia, Penza)*

doi: 10.18411/trnio-10-2023-121

**Abstract**

This article is devoted to the problem of modern trends in the development of the English language using the example of abbreviations in the texts of the media and the Internet. The authors consider the possible reasons for the fairly frequent use of abbreviations and analyze their examples. The need to take into account the trends identified during the study when studying the dynamics of the development of the English language, as well as when compiling or editing dictionaries of both modern common vocabulary and dictionaries of abbreviations is justified.

**Keywords:** vocabulary, the Internet, mass media, modern English, abbreviation, truncation.

**Аннотация**

Целью данной статьи является изучение современных тенденций в развитии английского языка на примере аббревиаций в текстах средств массовой информации и сети Интернет. В задачи исследования входит рассмотрение возможных причины достаточно частого использования сокращений, а также анализ их примеров. Гипотеза: использование аббревиаций в медиатекстах является одним из самых распространенных явлений при общей тенденции к упрощению в современном английском языке. С помощью теоретического метода был выполнен анализ, синтез и классификация изученного материала. Результатом исследования стало обоснование необходимости учета выявленных тенденций при изучении динамики развития английского языка, а также при составлении или редактировании словарей как современной общеупотребительной лексики, так и словарей сокращений и аббревиатур.

**Ключевые слова:** лексика, сеть Интернет, СМИ, современный английский язык, сокращение, усечение.

Recently the English language has shown a tendency to use abbreviations (the formation of new words by truncating the stem) [1, p. 25]. This is due to the growth of communications, as well as the role of the media and the Internet in the life of modern society. There is a need to express as much information as possible while minimizing the cost of speech. Hence the desire to simplify the English language arises, and often this is achieved by using abbreviations.

The relevance of the research is due to the need to study and systematize abbreviations as one of the most popular manifestations of simplification of the English language in the modern period, as well as the lack of information about the place and role of these lexical units in media texts.

The works of N.A Solovieva, V.V. Borisov, Yu.V. Gorshunov and some others can be considered speaking on this problem.

In the speech of modern society, the media play an important role. The language of the media is a socially determined implementation of the national language and is influenced, on the one hand, by common language trends, on the other hand, it has a certain influence on the development of the national language. The media is the first to respond to dynamic processes taking place in the spoken language, sensitively capturing everything new, bright, relevant [4, p. 247-248].

According to the opinion of some linguists, modern English can be characterized by a revival of interest in the mass use of abbreviations of different species. New lexemes can be formed by truncating either the initial part of a word (for example, copter from helicopter - "helicopter"), or the final (for example, ed from education - "education"), or by a mixed type, which is extremely rarely (for example, tec from detective - "detective") [1, p. 121].

The current tendency in English to form new lexemes by reducing existing words or phrases, as well as increasing their number, is largely due to the natural desire for convenience, brevity and saving time. Such abbreviations, which are formed by shortening the phrase and pronounced by the initial

sound or alphabetical name of the initial letters of the words included in it, have gained great popularity. For example, "AYT - Are you there? - Are you sure?," "BBFN - Bye bye for now - So far today," "IGU - I give up - I refuse," "EA - E-mail alert - go to e-mail!" and so on. There are abbreviations consisting of letters and numbers, similar in pronunciation to the usual words familiar to us, but more concise in spelling. For example, "U - You," "B4 - Before," "4EVER/4ER - Forever," "K - OK - Yes, Good" and others. Often, various emojis are used to convey the mood of the author. With their help, you can convey almost any mood using only a few characters. For example, «:) - symbolizes a cheerful, joyful mood, «:( - sad, «;) - winking, «:P - a game, a prank face showing the tongue, and many others.

In press publications, truncation is most frequently used, since when performing express informing functions, the main requirement for them is maximum information with a minimum amount of a text. Truncation is intended to concentrate and generalize the content of a lexical unit. Therefore, the use of truncations in the newspaper implements the principle of rational use of language and print space. This is their functional meaning in the newspaper text [4, p. 248].

The most abstract specificity of abbreviations is manifested on the pages of magazines, where the material is not limited to strict conditions of small volume and is intended for more detailed reading. The journalistic press is a fairly active "renovator" of various types of abbreviations. The heavy use of such units is primarily due to the general linguistic tendency towards democratization, when "the meticulous desire for correctness was replaced by the desire for linguistic negligence." The penetration of truncations on the pages of periodicals rather clearly reflects the stylistic "liberty" of today's press [4, p. 249].

The use of initial abbreviations is the most popular in the Internet. Most slang abbreviations are used by teenagers in virtual communication and are the norms in established Internet participants: "ASAP - as quickly as possible," "IC (I See) - clear, understandable," "CYAL8R - see you later" [5, p. 121-123]. Such abbreviations are also widespread, whose popularity is supported largely due to the efforts of the youth press, for example, mag (magazine), pic (photo, picture), info (information), phone (telephone, phone), pro (professional), telly (television), ed (education), rep (reputation) etc. [4, p. 248-250]

Thus, the tendency to use verbal abbreviations is one of the characteristic features of the development of modern English. This is largely due to the widespread use of Internet communication and the desire to use simplified language means. There is a need to express as much information as possible with minimal voice consumption. This research is relevant, since it becomes necessary to study and systematize abbreviations as one of the most popular manifestations of simplifying the English language in the modern period. During the study, the main groups of abbreviations were identified: truncations, initial abbreviations and abbreviations of mixed type. It has been revealed that truncations occupy a special place among the abbreviations of the English language. The use of truncation in the newspaper implements the principle of rational use of language means and print space. In the Internet, in addition to truncations, the use of abbreviations is popular. The data analyzed in the research can be useful in studying the dynamics of the development of the English language, as well as in compiling or editing dictionaries of both modern common vocabulary and dictionaries of abbreviations.

\*\*\*

1. Borisov V.V. Abbreviations and acronyms. M.: Voenizdat, 1972. 317 p.
2. Kazeeva E.V., Milotaeva O.S., Solovyova E.V. Linguoculturological features of the basic concepts of the architectural and construction direction using the example of Russian and English // *Perspectivy nauki*. № 2(149).2022. P.165-169.
3. Sapogova L.I. Experience of semantic-stylistic comparison of morphemic truncations with prototypes [Text ]/L.I. Sapogova. Tula, 1968. 121 p.
4. Solovyova N.A. Functional and pragmatic specifics of truncations in print media texts (based on material from the British and American press of the beginning of the 21st century) // *Izvestia RGPU named after A.I. Herzen*. 2007. №44. P. 247-254.
5. Khorikova V.S. Changes in modern English using the example of online diaries // *Izvestia VGPU*. 2010. №5. P. 119-123.









**LJournal**

Научно-издательский центр

Рецензируемый научный журнал

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**  
**№102, Октябрь 2023**

Часть 2

Подписано в печать 25.10.2023. Тираж 400 экз.  
Формат.60x841/16. Объем уч.-изд. л.12,67  
Отпечатано в типографии Научный центр «LJournal»  
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович