

Научный центр «LJournal»

Рецензируемый научный журнал

# **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**

№109, Май 2024  
(Часть 6)



Самара, 2024

T33

**Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования» №109, Май 2024 (Часть 6) - Изд. Научный центр «LJournal», Самара, 2024 - 176 с.**

**doi:** 10.18411/trnio-05-2024-p6

**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

***Заломнова Светлана Петровна***

Кандидат педагогических наук, Доцент

***Биймурсаева Бурулбубу Молдосалиевна***

Кандидат педагогических наук, Доцент

***Радкевич Михаил Михайлович***

Доктор технических наук, Профессор

***Гуткевич Елена Владимировна***

Доктор медицинских наук

***Матвеев Роман Сталинарьевич***

Доктор медицинских наук, Доцент

***Шамутдинов Айдар Харисович***

Кандидат технических наук, Профессор

***Найденов Николай Дмитриевич***

Доктор экономических наук, Профессор

***Романова Ирина Валентиновна***

Кандидат экономических наук, Доцент

***Хачатурова Карине Робертовна***

Кандидат педагогических наук

***Кадим Мундер Мулла***

Кандидат филологических наук, Доцент

***Григорьев Михаил Федосеевич***

Кандидат сельскохозяйственных наук

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>РАЗДЕЛ X. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	7
<b>Набокина В.Д., Широбоков В.Г.</b> Организация учета и контроля затрат в производстве и калькулирование себестоимости продукции зерновых культур .....	7
<b>Никитенко Е.Ю., Илюхина Л.А.</b> Сущность и виды адаптации персонала организации.....	10
<b>Никульшина П.П., Костева Н.Н.</b> Калькулирование себестоимости зерновой продукции на примере ООО «Подгорное» .....	14
<b>Орлова Л.В., Елисеев Р.В., Коршунов А.А.</b> Блокчейн в аэропортовой деятельности .....	16
<b>Орлова Л.В., Корытина А.А.</b> Инвестиционная политика России в сфере авиации .....	19
<b>Попова О.Д.</b> Роль социального пакета как инструмента стимулирования труда персонала современной компании.....	21
<b>Попова О.Д.</b> Сравнительный анализ отечественной и зарубежной модели управления персоналом.....	24
<b>Рахимов А.Р.</b> Особенности кадрового обеспечения в условиях цифровизации .....	26
<b>Рахимов А.Р.</b> Влияние информационных технологий на успех деятельности фирмы.....	29
<b>Реклер Е.Н., Чуб М.В.</b> Ценообразование на рынке труда.....	32
<b>Салдаева Д.С.</b> Управление человеческими ресурсами и мотивация персонала в банках.....	36
<b>Салдаева Д.С.</b> Менеджмент в образовании .....	38
<b>Сараева Т.С., Калюгина И.В.</b> Основные аспекты попередельного метода учета затрат .....	41
<b>Сараева Т.С., Костева Н.Н.</b> Калькуляция себестоимости овощей, выращенных в закрытом грунте .....	43
<b>Селиверстов М.В., Миненко А.В.</b> Возникновение крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе: причины и последствия.....	45
<b>Сердюк Е.А., Тюрина Н.А.</b> Международная валютная ликвидность: современные проблемы .....	49
<b>Симкин А.З., Можаяева Т.П., Сафронова Т.Ф.</b> Идентификация показателей результативности мотивационных процессов системы менеджмента качества организации .....	53
<b>Синекопова И.В.</b> Мотивация и стимулирование труда в организации .....	55
<b>Синекопова И.В.</b> Социальная роль менеджмента в современном мире.....	58
<b>Степанова Т.А., Еремина Д.В.</b> Анализ себестоимости продукции растениеводства на примере ООО «Агротех-Гарант» Хлебородное Аннинского района Воронежской области... ..	60
<b>Сысоев Н.С., Косякова И.В.</b> Специфика привлечения венчурного капитала в Россию .....	64
<b>Тюкаева Я.С.</b> Методы оценки недвижимости: сравнительный, затратный и доходный подходы.....	67
<b>Тюкаева Я.С.</b> Преобразование бизнес-процессов в оценке недвижимости .....	70
<b>Урусова А.Б., Урусова В.И.</b> Недостатки и направления совершенствования пенсионной системы Российской Федерации .....	73
<b>Урусова А.Б., Урусова Д.И.</b> Особенности развития пенсионной системы Российской Федерации.....	75
<b>Урусова А.Н.-М., Урусова А.Б.</b> Экономическая ситуация в России на фоне санкционных ограничений.....	77

<b>Фесенко Д.В.</b> Применение SWOT-анализа в ресторанном бизнесе.....	80
<b>Хаустова Г.И., Гаркавенко А.Ю.</b> Современное состояние и проблемы в отрасли растениеводства в Российской Федерации.....	83
<b>Хаустова Г.И., Саввина А.В.</b> Анализ финансового состояния коммерческой организации	86
<b>Хузина К.С., Апокина К.В.</b> Роль социального проектирования в регулировании социально-экономической сферы общества.....	91
<b>Чертухина С.В.</b> Анализ особенностей розничной торговли в современных условиях на примере Приморского края.....	94
<b>Чжэн Х., Лю С.</b> Влияние и возможности коронавирусной эпидемии на российскую экономику .....	100
<b>Ямщикова А.И.</b> Влияние миграции на население России .....	103
<b>Larin S.N., Noakk N.V., Volkova A.D., Kostina T.A.</b> Using the Assessment Center tools for diagnostics managerial and professional competencies of personnel.....	105
<b>Sorokina S.E., Fedko L.A.</b> Logistics in customs .....	115
<b>Valieva A.R.</b> Public administration of grant support for small businesses in the agro-industrial complex.....	118
<b>РАЗДЕЛ X. МАРКЕТИНГ</b> .....	121
<b>Ситдикова Н.И.</b> Стратегии адаптации коммуникации глобальных брендов к национальным рынкам.....	121
<b>Сысоева К.Д.</b> Перспективы совершенствования методов продвижения в театральной индустрии.....	125
<b>Шорохова А.</b> Тенденции развития корейского кинематографа .....	130
<b>РАЗДЕЛ XI. РЕКЛАМА</b> .....	136
<b>Красножен В.А.</b> Модели – инфлюенсеры: формирование имиджа и контент – маркетинг..	136
<b>Васляева А.В.</b> Рекламные инструменты как ключевой фактор развития индустрии кофе...	139
<b>Абдуллина И.Р.</b> Подходы к популяризации художественной гимнастики в современных условиях .....	144
<b>Судакова В.В.</b> Перспективы развития рекламы в сфере российского книгоиздания.....	147
<b>РАЗДЕЛ XII. ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	151
<b>Дворянкин О.А.</b> Взаимодействие России и Армении на международной арене в современный период XXI века .....	151
<b>Кочесоков Р.Х., Культурбаева Л.М.</b> Номенклатура как маргинальный класс.....	155
<b>Реклер Е.Н., Чуб М.В.</b> Показатели и классификация проблем разработки государственных программ .....	159
<b>Чжан С.</b> Анализ влияния России на внешнюю политику Монголии .....	162
<b>Чжао Ю.</b> Шанхайская организация сотрудничества как платформа для урегулирования региональных конфликтов: Примеры и стратегии .....	167

## РАЗДЕЛ X. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Набокина В.Д., Ширококов В.Г.

### Организация учета и контроля затрат в производстве и калькулирование себестоимости продукции зерновых культур

Воронежский ГАУ им. Императора Петра I  
(Россия, Воронеж)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-282

#### Аннотация

В данной статье анализируются условия и факторы, связанные с расчетом себестоимости зерновой продукции через использование нормативного метода учета затрат. Определяется, что система внутреннего учета и отчетности оказывает наибольшее влияние на процесс расчета и учета затрат на предприятии. В результате проведенного исследования, в данной статье формулируются ряд организационных мероприятий, направленных на повышение эффективности учета затрат и расчета себестоимости зерновой продукции.

**Ключевые слова:** себестоимость, издержки, затраты, калькуляция, нормативный метод, нормы, учет отклонений, причины отклонений, анализ, нормативная себестоимость, управленческий учет.

#### Abstract

This article analyzes the conditions and factors associated with the calculation of the cost of grain products through the use of the normative method of cost accounting. It is determined that the internal accounting and reporting system has the greatest impact on the process of calculating and accounting costs at the enterprise. As a result of the conducted research, this article formulates a number of organizational measures aimed at improving the efficiency of cost accounting and calculating the cost of grain products.

**Keywords:** cost, costs, costs, calculation, normative method, norms, accounting for deviations, causes of deviations, analysis, normative cost, management accounting.

Производство зерна – неотъемлемая и ключевая отрасль в сфере агропромышленного комплекса России. На протяжении многих лет она остается одной из ведущих и важнейших сфер национальной экономики. А судя по текущим тенденциям и перспективам развития, зерновое производство будет продолжать играть значительную роль в будущем.

В современных экономических условиях, когда страна подвергается экономическим санкциям, сельхозпроизводители сталкиваются с дополнительными трудностями в реализации планов по увеличению объемов производства зерна. Для расширения производства необходимо значительное увеличение инвестиций в сельскохозяйственное производство. Необходим постоянный контроль затрат и себестоимости продукции, а также поиск путей их снижения и рационального использования. Снижение себестоимости и повышение рентабельности производства зерна требуют надлежащей организации бухгалтерского учета и внутреннего контроля.

Цель учета затрат и калькулирования себестоимости зерна заключается в полном и своевременном документировании фактических затрат на производство, а также обеспечении контроля за рациональным и экономным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Применение определенного метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции связано с определенными объектами аналитического учета. В растениеводстве, выбор объектов калькуляции является результатом характера производственного процесса и особенностей получаемой продукции. Важно, чтобы бухгалтерский учет четко разграничивал затраты за прошлые, текущие и отчетные годы под

урожаем будущих лет. Вне зависимости от выбранного метода, первоначально рассчитывается себестоимость определенного вида продукции, а затем рассчитывается себестоимость единицы продукции этого вида.

Продукция растениеводства подразделяется на основную — зерно, побочную - солома и сопряженную — зерноотходы [7]. При распределении затрат между основной и сопряженной продукцией зерновых культур часто применяют коэффициентный метод, при котором один вид сопряженной продукции принимается за условную единицу, а остальные виды продукции приравниваются к нему на основании установленных коэффициентов [4]. Применение такой методики исчисления себестоимости озимых зерновых культур, как — исключение затрат на побочную продукцию, позволяет оптимально решить такой важный проблемный вопрос, как точное распределение затрат между готовой и побочной продукцией [6].

Объект исследования — КХ «Большевик» Калачевского района Воронежской области. Предприятие специализируется преимущественно на производстве продукции животноводства (разведение молочного крупного рогатого скота, производство сырого молока). Учет затрат и выхода продукции зерновых культур ведется на операционном калькуляционном счете 20.1 в разрезе соответствующих аналитических счетов.

По дебету счета 20.1 учитываются все затраты, связанные с производством зерна, т. е. формируется фактическая себестоимость готовой продукции. Выход продукции отражается на счете по кредиту. Сумма незавершенного производства в отрасли растениеводства отражается на счете по дебету 20.1. Учет затрат на производство зерна в КХ «Большевик» осуществляется с использованием элементов затрат и калькуляционных статей, которые соответствуют установленной на предприятии номенклатуре, которая отвечает требованиям Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях.

Объектом калькуляции зерновых культур на предприятии является — зерно. Расчет себестоимости зерна производится методом исключения затрат на побочную продукцию (солому). Оставшиеся затраты относят на зерно. В процессе калькулирования себестоимости соотносятся затраты на производство с количеством выпущенной продукции и определяется себестоимость единицы продукции (по озимым зерновым в расчет принимается также стоимость незавершенного производства на начало года). Калькуляционные разницы между плановой и фактической себестоимостью продукции распределяется по разным направлениям движения продукции в дебет счетов 10, 43, 20.3, 90, с учетом остатка на складе на конец года, пропорционально ее количеству [3, 8].

Методика калькулирования зерновых культур, используемая в настоящее время, не в полной мере соответствует порядку, установленному "Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях". Это связано с тем, что в учете не учитываются зерноотходы, а их получают в оценке полноценного зерна, что искажает себестоимость продукции.

Актуальные направления развития бухгалтерского учета, финансов и аудита счетов. Предлагается разграничить затраты на полноценное зерно и используемые зерноотходы пропорционально их удельному весу в общей массе полученного зерна, пересчитанного на полноценное. Затем необходимо перевести используемые зерноотходы в полноценное зерно, учитывая данные лабораторного анализа о процентном содержании полноценного зерна в них. После чего можно определить себестоимость 1 ц полноценного зерна и 1 ц зерноотходов. На примере расчета себестоимости 1 ц озимой пшеницы с учетом полученных зерноотходов можно проиллюстрировать данную методику.

Таблица 2

*Расчет фактической себестоимости озимой пшеницы в КХ «Большевик» в соответствии с Методическими рекомендациями*

Виды продукции	Валовой выход, ц	В переводе на условную продукцию,	Себестоимость продукции				Отклонение	
			Фактическая		Плановая		Всего, тыс. руб.	1 ц, руб.
			Всего, тыс. руб.	1 ц, руб.	Всего, тыс. руб.	1 ц, руб.		
Зерно	47 144	47 144	40 763	864,65	37 469	599,7	3294	264,9
Зерноотходы (содержание полноценного зерна 40 %)	6 412	2 570	633	373,2	454	267,7	179	105,5
Итого	X	49 714	41 396	X	37 923	X	3473	X

Таким образом, фактическая себестоимость 1 ц зерна озимой пшеницы составила 864,6 руб., а по зерноотходам 373,2 руб. Из этого следует, что себестоимость зерна, которое предприятие реализует на продажу, увеличивается, в то время как себестоимость зерна, направляемого на переработку, снижается.

В мировой практике для калькулирования себестоимости зерна применяется два основных метода: «Директ-костинг» и «Стандарт-костинг» [2]. При методе «Директ-костинг» себестоимость учитывается и планируется только в части переменных затрат. Учет затрат, выпуска продукции и незавершенного производства ведется по стандартной себестоимости. По методу «Стандарт-костинг» нормируются прямые затраты, а косвенные распределяются между объектами калькулирования индексным методом. Незавершенное производство и выпуск продукции оцениваются по нормам на начало года [5]. Как известно, нормативный метод учета затрат предполагает определение себестоимости работ или продукции на основе обоснованных расчетов и строго нормированных параметров количественных и ценностных затрат до начала каждого учетного периода. В процессе выполнения работ осуществляется учет отклонений от установленных норм, которые фиксируются в специальном документе сразу же при их возникновении. Такая организация учета отклонений позволяет оперативно контролировать производство продукции и немедленно устранять выявленные недостатки. [1,9]. Основы организации учета отклонений от норматива сводятся к следующему: все затраты предприятия разделяются на три основные группы - оплата труда производственных рабочих, материальные затраты и общепроизводственные и общехозяйственные расходы.

Внедрение современных методов учета затрат и калькулирование себестоимости позволит организовать оперативное управление затратами и снизить их уровень на единицу получаемой продукции. Это в конечном итоге окажет прямое влияние на повышение эффективности аграрного производства и устойчивое развитие отечественного сельского хозяйства.

\*\*\*

1. Бадмахалгаев, Л. Ц. Особенности калькулирования себестоимости сельскохозяйственной продукции в условиях нормативного метода учета затрат / Л. Ц. Бадмахалгаев, М. П. Сарунова // Бизнес. Образование. Право. – 2012. – № 3(20). – С. 228-232.
2. Баркова О.Д. Анализ отечественных и зарубежных методов определения уровня издержек в воспроизводственном процессе / О.Д. Баркова // Сельскохозяйственные науки и агропромышленный комплекс на рубеже веков. - 2014. - № 8. - С. 142-147.
3. Бескоровайная Н.С. Методика исчисления фактической себестоимости озимых зерновых культур / Н.С. Бескоровайная // КАНТ. - 2014. - № 3. - С. 137.
4. Имангулов, А. Б. Учет и калькулирование себестоимости побочной продукции зернового производства в условиях новых технологий уборки зерновых культур / А. Б. Имангулов, Е. В. Маргилевская // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 10-2. – С. 265-268.

5. Ширококов В.Г. Совершенствование управленческого учета как элемента системы управления затратами организации / В.Г. Ширококов, З. П. Медеяева, Е. Б. Трунова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2019. – Т. 12, № 1(60). – С. 180-192.
6. Павлова М.А. Особенности калькулирования себестоимости зерна / М.А. Павлова, Н.Л. Гусева // Актуальные вопросы аграрной экономики: теория, методология, практика. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов и молодых ученых. Под научной редакцией А.Г. Самоделкина, А.А. Серова, А.А. Чиликова. – Н.Новгород: НГСХА, 2015. С. 293-296.
7. Ржавина М.В. Совершенствование калькулирования себестоимости зерна в сельскохозяйственных организациях / М.В. Ржавина, Н.В. Кузнецова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2016. - № 1-3. - С. 139-141.
8. Хоружий Л. И. Проблемы теории, методологии, методики и организации управленческого учета в сельском хозяйстве. М.: Финансы и статистика, 2004. 496 с.
9. Шеремет А. Д. и др. Управленческий учет : учеб. пособие / под ред. А. Д. Шеремета. 2-е изд., испр. М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. 512 с.

**Никитенко Е.Ю., Илюхина Л.А.**

### **Сущность и виды адаптации персонала организации**

*Самарский государственный экономический университет  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-283

#### **Аннотация**

В статье рассматривается то, как проходит процесс адаптации персонала в организации; излагаются сущность и виды адаптации. В ходе исследования изучены трудности, с которыми могут сталкиваться сотрудники предприятия в адаптационный период. Сделаны выводы и предложены рекомендации по улучшению процесса адаптации.

**Ключевые слова:** адаптация, управление персоналом, организация, персонал, виды адаптации.

#### **Abstract**

The article examines how the process of personnel adaptation in the organization takes place; outlines the essence and types of adaptation. The study examined the difficulties that employees of the enterprise may face during the adaptation period. Conclusions are drawn and recommendations are proposed to improve the adaptation process.

**Keywords:** adaptation, personnel management, organization, personnel, types of adaptation.

При принятии на работу нового сотрудника, перед руководством организации встает задача грамотно и быстро адаптировать новичка к коллективу, организационным особенностям и трудовым обязанностям. Процесс адаптации это всегда стресс для персонала, вне зависимости от опыта или квалификации, в этот период особенно важна поддержка со стороны руководящих должностей компании и опытных сотрудников.

Целью исследования является: определение понятия сущности адаптации и её видов, а также составление рекомендаций по совершенствованию процесса адаптации.

Методы исследования: анализ и обобщение данных научно-методической литературы, опрос. В процессе опроса приняло участие 67 человек в возрасте от 19 до 30 лет.

Подбор и обучение квалифицированного персонала – это очень сложный и долгий процесс, который даёт хорошие плоды в дальнейшем. Для успешной интеграции молодого сотрудника в рабочий ритм существует организационный процесс адаптации персонала.

Под понятием «адаптация персонала» понимается процесс приспособления нового сотрудника организации к нормам и правилам, а также корпоративной культуре организации, в которой ему предстоит трудиться. Данный процесс является двусторонним, то есть здесь не только сотрудник оценивает организацию, но и сама организация оценивает своих новых сотрудников.

Рассмотрим виды адаптации персонала ниже на рисунке 1



Рисунок 1. Виды адаптации персонала организации.

Рассмотрим подробнее виды адаптации в процессе изменения сферы деятельности:

1. Профессиональная адаптация – процесс, когда сотрудник полностью меняет свою профессию и сферу деятельности.
2. Производственная адаптация – процесс, когда сотрудник меняет организацию, а профессия остается прежней.
3. Социальная адаптация – процесс, когда новый работник привыкает к коллективу.
4. Финансовая адаптация – процесс, когда перемены в работе сопровождаются изменением личного бюджета сотрудника.

Самостоятельно работнику достаточно тяжело привыкнуть к новому месту работы, и чем дольше сотрудник будет адаптироваться к новым условиям, тем хуже это для работодателя.

Среди уволившихся сотрудников, которые проработали на новом месте работы год после трудоустройства, был проведен опрос по заданному вопросу: «В течении какого времени после трудоустройства Вы пришли к решению об увольнении?». Результаты опроса представлены ниже на рисунке 2.



Рисунок 2. Опрос на тему: «Время, за которое пришло решение об увольнении»

Подводя итоги опроса, можно сделать выводы о том, что у большинства опрошенных респондентов мысли об увольнении из новой организации появились спустя первые недели трудоустройства, что наглядно показывает проблему отсутствия или низкой адаптации сотрудников в компании.

Для эффективности внедрения нового работника в коллектив необходимо руководству распланировать весь процесс и составить порядок действий.

Для того, чтобы сотрудник как можно быстрее влился в рабочий процесс, необходимо правильно сформулировать цели адаптации. Основными целями адаптации являются:

1. Повышение производительности труда;
2. Уменьшение текучести кадров;
3. Экономия времени;
4. Снижение уровня стресса;
5. Сокращение расходов.

Грамотно сформулированные цели приводят к тому, что новый сотрудник быстрее достигает производительности, вливается в коллектив, время непосредственного руководителя экономится, так как адаптация позволяет отделам организации взаимодействовать качественнее, и эффективнее погружать новичка в работу, тем самым снижая затраты на обучение.

Сама адаптация состоит из 3 этапов:

1. этап: ознакомление. На данном этапе новоиспеченный работник знакомится с коллективом, корпоративной структурой, условиями труда и поставленными перед ним задачами, сравнивает совпадают ли его ожидания и карьерные цели с предложениями работодателя. В этот период новичок принимает решение продолжать работу в данной организации или увольняться. Со стороны руководства – работодатель оценивает компетенции и профессиональную пригодность работника, в зависимости от принятого решения подписываются документы о принятии на работу или об увольнении. Длительность данного периода занимает испытательный срок.
2. этап: приспособление. Продолжительность этого этапа зависит от сложности и уровня ответственности в работе. На данной стадии очень важна поддержка со стороны коллег и руководства, необходимо взаимодействовать сплоченно и помогать новому сотруднику, получать от него обратную связь. Длительность стадии от месяца до года.
3. этап: ассимиляция. В данный период сотрудник должен приступить уже к полноценной и стабильной работе, полностью и легко выполнять свои обязанности, его эффективность повышается.

Когда новичок не проходит все этапы постепенно, то процесс адаптации может затянуться на длительный период 1-1,5 года работы, что может повлечь за собой экономические и социальные трудности в организации.

Залогом успешной и процветающей компании является дружный и слаженный коллектив, в котором каждый выполняет свои задачи и обязанности, поэтому адаптации уделяется много внимания.

Руководителю важно понимать какими методами действовать, чтобы привести свою компанию к продуктивности и получению прибыли. Разберем эффективные методы для адаптации новых сотрудников.

1. Организация плана работы.
2. Каждому работнику, в особенности новичку, необходимо знать подробную инструкцию на ближайшие несколько месяцев работы, для этого составляется план на 30, 60 и более рабочих дней.
3. Организация общения между руководителями и подчиненными.
4. Руководитель обязан поддерживать постоянное общение с новыми сотрудниками, направлять его в работе, контролировать, помогать в

достижении поставленных задач и во взаимосвязях с коллективом. Нельзя оставлять работника в неведении. Такая связь и интерес к работе должны быть взаимны, и проявляться как со стороны руководства, так и со стороны работника. Сотрудник должен проявлять инициативу и показывать себя, задавать вопросы и давать обратную связь.

5. Единый информационный портал для сотрудников.
6. Все работники организации должны знать о всех проблемах и достижениях компании, иметь возможность быстро и легко получать необходимую информацию из единого источника.
7. Обучающие программы для новичков.
8. Специально разработанные программы для новых сотрудников позволят более качественно и эффективно проходить процесс адаптации. Сотрудники будут видеть наглядно все процессы, происходящие в организации. Программа позволит усваивать и изучать новый материал быстрее, благодаря удобному формату. Использование данного метода позволит повысить вероятность скорейшего включения в работу.
9. Поддержание здоровья и общего физического состояния коллектива.
10. Правильно организованное рабочее место сотрудника положительно влияет не только на самочувствие работника, но и на эффективность результатов рабочего процесса. Освещение помещения, температура, уровень шума должны соответствовать стандартам. Также полезно добавить в рабочий график производственную гимнастику.

Руководящим должностям важно понимать ценность и эффективность такого этапа, как адаптация персонала, необходимо внимательно организовывать данный процесс поэтапно, учитывая все преимущества и недостатки. Правильно выстроенная стратегия поможет команде повысить продуктивность, а как следствие и прибыль организации в целом.

Таким образом можно сделать вывод о том, что адаптация персонала – это важный процесс в деятельности любой организации. К сожалению, большинство организаций не считают этот этап необходимым и пропускают его, скорее всего по причине отсутствия информации о правильности и эффективности прохождения адаптации. Адаптация всегда будет актуальной темой для каждого руководителя. Благодаря перечисленным выше методам и рекомендациям, в компаниях будут складываться хорошие условия и приятный климат, которые позволят новым сотрудникам чувствовать себя комфортно и уверенно на рабочем месте.

\*\*\*

1. Базаров Т.Ю. Психология управления персоналом: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 386 с.
2. Герасимова А.В. Роль процесса адаптации в системе управления персоналом / А.В. Герасимова, М.Ж. Киракосян, И.А. Коноплева // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. – 2022. – № 2 (60). – С. 18-28.
3. Новицкая О.Н. Управление процессом адаптации персонала / О.Н. Новицкая, А.А. Сафронова, Н.В. Ясакова // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2023. – № 1 (43). – С. 12-16.
4. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перера. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 695 с.
5. Шмелева М.А. Адаптация персонала: значение, виды, перспективы / М.А. Шмелева, Е.Е. Михайлова // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 8. – С. 51-55.

Никульшина П.П., Костева Н.Н.

**Калькулирование себестоимости зерновой продукции на примере ООО «Подгорное»**

*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-284

**Аннотация**

В статье рассматривается порядок расчета себестоимости основной и сопряженной продукции зерна, с целью разработки рекомендаций по её снижению.

**Ключевые слова:** себестоимость, затраты, продукция, калькулирование.

**Abstract**

The article discusses the procedure for calculating the cost of the main and associated grain products, in order to develop recommendations for reducing its cost.

**Keywords:** cost, costs, products, calculation.

Учет затрат играет ключевую роль в эффективном управлении организацией. Необходимость учета производственных затрат растет по мере усложнения условий ведения бизнеса и увеличений требований к рентабельности. Предприятия, стремящиеся к экономической независимости, должны иметь четкое представление об окупаемости различных видов готовой продукции, эффективности принимаемых решений и их влиянии на финансовые результаты, а также на объем затрат.

Растениеводство является важной отраслью сельского хозяйства. Успех этой отрасли зависит эффективность не только самой отрасли, но и других отраслей сельского хозяйства и экономики сельскохозяйственных предприятий в целом. Для удовлетворения потребностей населения в продукции растениеводства необходимо значительно увеличить сбор зерна, повысить урожайность зерновых культур и расширить производство других видов сельскохозяйственной продукции.

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности сельскохозяйственного производства. В нем синтезируются все стороны хозяйственной деятельности, аккумулируются результаты использования всех производственных ресурсов. От уровня себестоимости продукции зависят, сумма прибыли и уровень рентабельности, финансовое состояние предприятия и его платежеспособность, размеры отчислений в фонды накопления и потребления, темпы расширенного воспроизводства. Проблема снижения себестоимости приобретает особую актуальность на современном этапе. Нахождение резервов ее снижения помогает многим хозяйствам повысить свою конкурентоспособность, избежать банкротства и выжить в условиях рыночной экономики.

Калькуляции позволяют принимать более оптимальные управленческие решения, сравнивать фактические затраты с плановыми затратами, полнее использовать резервы экономии. Особенно высока роль калькуляции в современных условиях, когда каждому подразделению необходимо соизмерять свои затраты с доходами, а экономия производственных затрат становится основным источником доходов.

В производство зерновых культур вкладывают большие объемы материальных ресурсов и живого труда. «Поэтому своевременное и точное отражение затрат и выпуска продукции по подразделениям и группам зерновых культур, экономически обоснованный расчет себестоимости каждого вида продукции имеет важное значение» [7].

Текущий учет затрат в растениеводстве заканчивается в конце года расчетом фактической себестоимости продукции, которая определяется на основании данных текущего учета.

Калькуляция затрат – важный и ответственный этап бухгалтерской работы. Поэтому ему предшествует подготовительная работа, связанная с уточнением данных, отраженных в отчетности.

Продукция растениеводства делится на основную, побочную и сопряженную.

«К основной продукции относится продукция, ради которой организовано производство, в зерновом производстве — зерно.

К побочным продуктам относятся те продукты, которые по биологическим особенностям и условиям производства получают одновременно с основным и имеют второстепенное значение - солома.

К сопряженной продукции относят зерноотходы» [5, 6].

Объектами калькуляции по зерновым культурам являются основная продукция - зерно - и побочная - солома. Калькуляционной единицей считается 1 ц продукции.

Метод калькуляции - исключение затрат на побочную продукцию (солому).

«Предварительно определяют затраты, приходящиеся на побочную продукцию путем отнесения на них затрат, связанных с расходами на уборку, прессование, транспортировку, скирдование и другие работы по заготовке этой продукции и исключают их из общей суммы затрат на культуру» [1, 3]. Затем оставшиеся затраты относят на себестоимость основной продукции.

Используемые зерноотходы с примесью зерна при расчете переводят в полноценное зерно исходя из данных лабораторного анализа по определению процента содержания зерна в отходах.

«Себестоимость 1 ц. зерна и зерноотходов определяют делением затрат, отнесенные на соответствующую физическую массу зерна и зерноотходов после ее очистки и сушки» [2, 4].

На предприятии ООО «Подгорное» в 2022г. было получено 70000 ц зерна озимой пшеницы, 4500 ц зерноотходов. Общая сумма затрат на выращивание и уборку составила 45500000 руб. Затраты на уборку, прессование, транспортировку и складирование тюков соломы составили 580000 руб. По данным лабораторного анализа - в зерноотходах содержится 55% зерна.

Калькуляционные расчеты:

- исключение расходов на солому  $45500000 - 580000 = 44920000$  руб.;
- перевод зерноотходов в условное (полноценное) зерно:  $4500 \cdot 55/100 = 2475$  ц;
- общая масса условного зерна:  $70000 + 2475 = 72475$  ц условного зерна
- удельный вес продукции:
- на зерно -  $70000/72475 \cdot 100 = 96,59\%$ ;
- на зерноотходы -  $2475/72475 \cdot 100 = 3,41\%$ ;
- распределение затрат:
- на зерно -  $44920000 \cdot 96,59/100 = 43388228$  руб.;
- на зерноотходы  $44920000 \cdot 3,41/100 = 1531772$  руб.;

Себестоимость 1-цы продукции:

Зерна  $43388228/70000 = 619,83$  руб;

зерноотходов  $1531772/4500 = 340,39$  руб.

Таким образом, для более точного расчета себестоимости продукции необходимо особое внимание уделять порядку формирования затрат, проверке объема оприходованного урожая, включая основную и побочную продукцию, а также правильности учета операций по очистке и сушке зерна. Снижение себестоимости сельскохозяйственной продукции на данный момент основная задача, стоящая перед управленческим персоналом ООО «Подгорное».

\*\*\*

1. Бурса И. А. Особенности учета затрат и анализа себестоимости продукции в растениеводстве / И. А. Бурса, Т. А. Чирухина, Д. Р. Даценко // Естественно-гуманитарные науки. –2022. –№40. –С. 344-347
2. Вахтина Н.В. Методика калькуляции себестоимости продукции основного производства / Н. В. Вахтина, К. А. Свиридова // Актуальные научные исследования в современном мире. - 2020. - № 11-20.

3. Измайлова Л. Н. Анализ себестоимости продукции растениеводства и оценка ее влияния на финансовые результаты / Л. Н. Измайлова, С. М. Поленова // Молодежный вектор развития аграрной науки : материалы 74-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Воронеж, 01 апреля – 31 2023 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 500-509.
4. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат и выхода продукции в растениеводстве [электронный ресурс]: от 22.10.2008 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Об утверждении Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях : приказ Минсельхоза РФ от 06.06.2003 N 792 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 06.12.11 г. № 402-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система КонсультантПлюс. – М.: ЗАО «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. Расторгуева Р. Н. Бухгалтерский учет в сельскохозяйственных организациях: Учебник для нач. проф. образования / Р. Н. Расторгуева, А. В. Казакова, А. И. Павлычев и др.; – М.: ПрофОбрИздат, 2012. 416 с.

**Орлова Л.В., Елисеев Р.В., Коршунов А.А.  
Блокчейн в аэропортовой деятельности**

*ФГБОУ ВО «Ульяновский институт гражданской  
авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева»  
(Россия, Ульяновск)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-285

**Аннотация**

В современном мире передача, хранения, обработка информации происходит на электронных носителях, и вместе с этим появляются сложности в этом процессе. Для улучшения логических цепочек можно рассмотреть такую технологию как блокчейн. Он предоставляет собой быструю передачу данных, снижение затрат, связанных со сложными и трудоемкими задачами управления цепочками поставок, такими как отслеживание деталей и компонентов и контроль их качества. Это позволит сделать путешествия более экономными и прибыльными и для клиентов, и для поставщиков. Так же блокчейн может обеспечить безопасную и надежную платформу для обмена конфиденциальными данными, связанными с техническим обслуживанием, ремонтом и эксплуатацией самолетов. Цель работы: при помощи информации о блокчейне выяснить, является ли эта система выгодной для авиации.

**Ключевые слова:** Технологии, безопасность, снижение затрат, блокчейн, транзакции, система.

**Abstract**

In the modern world, the transmission, storage, and processing of information takes place on electronic media, and with this there are difficulties in this process. To improve logical chains, you can consider a technology such as blockchain. It provides fast data transfer, reducing costs associated with complex and time-consuming supply chain management tasks such as tracking parts and components and quality control. This will make travel more economical and profitable for both customers and suppliers. Blockchain can also provide a secure and reliable platform for the exchange of confidential data related to aircraft maintenance, repair and operation. The purpose of the work: using information about the blockchain to find out whether this system is beneficial for aviation.

**Keywords:** Technology, security, cost reduction, blockchain, transactions, system.

Блокчейном называется система, позволяющая управлять данными в виде последовательности связанных блоков. Все блоки взаимосвязаны, каждый из них хранит информацию предыдущей копии — вместе они образуют цепочку. Блокчейн абсолютно безопасен, он не дает изменять и подделывать данные.

У блокчейна большое количество пользователей, все они участвуют в сделках между собой для того, чтобы совершать транзакции. Система постоянно участвует в создании новых блоков, а также проверки переводов средств.

Представим семейный рецепт пирога, который передаётся из поколения в поколение. Каждый раз, когда рецепт узнают новые члены семьи, создается его копия и добавляется к предыдущим копиям, формируя цепочку. Если кто-то решит изменить рецепт, все, кто по нему готовят, смогут увидеть изменения и сравнить их с оригиналом. В итоге оригинальный рецепт остается неизменным

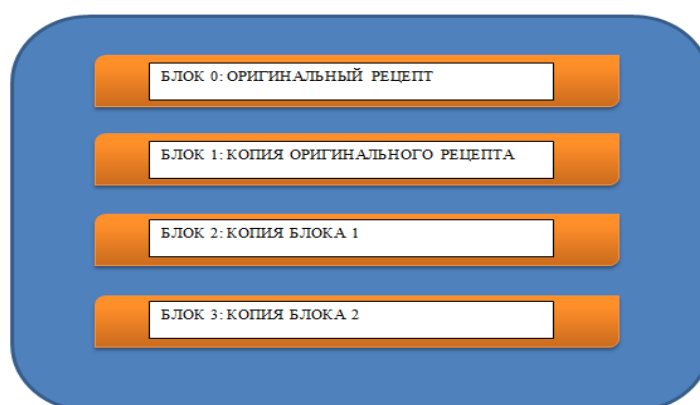


Рисунок 1. Пример работы блокчейна.

По результатам исследования, посвященного вопросам использования «умных контрактов» на базе блокчейна в авиакомпаниях и аэропортах. Эффективность применения блокчейна в авиаотрасли была проверена на технологии FlightChain, которая хранит информацию о рейсе и использует умные контракты для оценки потенциально противоречивых данных. Кроме того, рассматривалось использование как открытых, так и закрытых блокчейн-сетей для авиатранспортной отрасли.

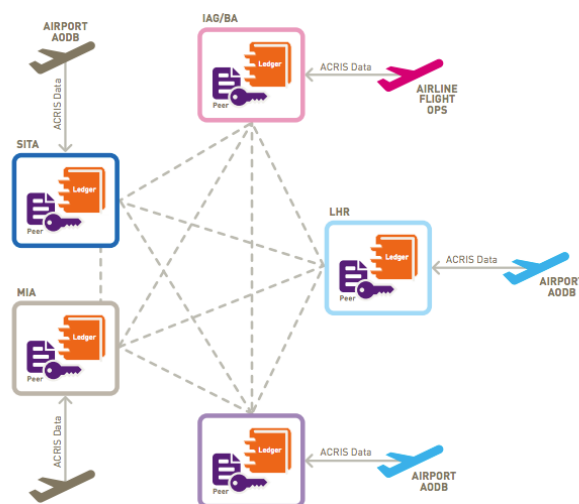


Рисунок 2. Как работает система FlightChain

Из преимуществ использования данной технологии можно выделить:

**Открытость:** Одним из основных преимуществ технологии блокчейн является то, что она доступна для всех, что означает, что любой может стать участником разработки технологии блокчейн, не требуется никакого разрешения от кого-либо для присоединения к распределенной сети.

**Поддающийся проверке:** технология блокчейн используется для хранения информации, чтобы каждый мог проверить правильность информации, используя доказательство с нулевым

разглашением, с помощью которого одна сторона доказывает правильность данных другой стороне, ничего не раскрывая о данных.

**Высокий уровень безопасности:** Блокчейн использует методы хеширования для хранения каждой транзакции в блоке, который связан друг с другом.

**Неизменяемость:** данные не могут быть подделаны в технологии блокчейна из-за ее структуры, поэтому любое изменение будет отражено на всех узлах, поэтому здесь невозможно заниматься мошенничеством, поэтому транзакции защищены от несанкционированного доступа.

**Прозрачность:** Блокчейн делает историю транзакций прозрачной везде, где все узлы сети имеют копию транзакции в сети. Если в транзакции происходят какие-либо изменения, это видно другим узлам.

**Эффективность:** Блокчейн устраняет любое вмешательство третьих лиц между транзакциями и устраняет ошибки, делая систему эффективной и быстрой.

**Снижение затрат:** поскольку блокчейн не нуждается в третьем человеке, он снижает затраты для бизнеса и дает доверие другому партнеру.

**Недостатки технологии блокчейн:**

**Масштабируемость:** это один из самых больших недостатков технологии блокчейн, поскольку ее нельзя масштабировать из-за фиксированного размера блока для хранения информации. Размер блока составляет 1 МБ, поэтому он может содержать только пару транзакций в одном блоке.

**Незрелость:** технология блокчейн появилась всего пару лет назад, поэтому люди не испытывают к ней особого доверия, они не готовы вкладывать в нее средства, однако некоторые приложения блокчейна преуспевают в разных отраслях.

**Юридические формальности:** в некоторых странах использование технологий блокчейна запрещено, как и криптовалюта, из-за некоторых экологических проблем, которые они не продвигают для использования технологии блокчейна в коммерческом секторе.

**Хранение:** базы данных блокчейна хранятся на всех узлах сети, что создает проблему с хранилищем: увеличение количества транзакций потребует больше места для хранения.

**Правила:** Блокчейн сталкивается с проблемами с некоторыми финансовыми учреждениями. Для более широкого внедрения блокчейна потребуются другие аспекты технологии.

Исходя из данной информации, можно сделать вывод, что блокчейн только набирает обороты и имеет перспективы стать неотъемлемой частью аэропортной деятельности. Данная технология имеет свои преимущества и недостатки, но уже существуют блокчейн-приложения для многочисленных направлений деятельности аэропортов но дальнейшее развитие этого процесса лидерами отрасли необходимо для создания жизнеспособного и экономически эффективного использования этой технологии.

\*\*\*

1. Блокчейн (blockchain): что это, как работает технология - плюсы и минусы, сферы блокчейна, связь с биткоином // Блок Яндекс Практикума: официальный сайт. - URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-blockchain-i-kak-eto-rabotaet/> (режим доступа: 28.03.2024г);
2. FlightChain (Блокчейн для авиатранспортной отрасли) // TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков: официальный сайт. - URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:FlightChain\\_%28Блокчейн\\_для\\_авиатранспортной\\_отрасли%29](https://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:FlightChain_%28Блокчейн_для_авиатранспортной_отрасли%29) (режим доступа 29.03.2024г.);
3. Advantages and Disadvantages of Blockchain – GeeksforGeeks // GeeksforGeeks | A computer science portal for geeks: официальный сайт. - URL: <https://www.geeksforgeeks.org/advantages-and-disadvantages-of-blockchain/> (режим доступа: 02.04.2024г)

**Орлова Л.В., Корыгина А.А.**  
**Инвестиционная политика России в сфере авиации**

*ФГБОУ ВО “Ульяновский институт гражданской авиации имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева”  
(Россия, Ульяновск)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-286

**Аннотация**

Инвестиционная политика в области авиации играет ключевую роль в поддержании конкурентоспособности российского авиапрома на мировом рынке и обеспечении устойчивого развития отрасли в стране.

**Ключевые слова:** инвестиции, сотрудничество, авиационная промышленность, финансовые средства, государственная политика, законодательство.

**Abstract**

Investment policy in the field of aviation plays a key role in maintaining the competitiveness of the Russian aviation industry in the global market and ensuring sustainable development of the industry in the country.

**Keywords:** investments, cooperation, aviation industry, financial resources, public policy, legislation.

После начала специальной военной операции российская авиация сильно пострадала. Частые поломки российских самолетов происходят из-за сложного положения российской авиации, в которой она оказалась после введения санкций, которые обязывают расторгнуть действовавшие с Россией договоры и запретить заключать новые соглашения на лизинг самолетов, а также не допускают продажу воздушных судов и запчастей к ним, проведение ремонта и оказание любых страховых услуг. В то же время спрос на авиаперевозки внутри нашей страны вырос. Без сомнений, российский авиапром нуждается в ресурсах, в первую очередь финансовых, для восстановления. Выбранная мной тема как никогда актуальна.

Для привлечения ресурсов в российский авиапром нужно стимулировать инвестиционную деятельность.

Инвестиционная деятельность - это совокупность определённых действий инвесторов, направленная на увеличение собственного благосостояния. Целью инвестиционной деятельности в авиационной промышленности является развитие предприятий, достижение стабильности функционирования производства и его модернизация, создание новых образцов продукции, модификация выпускаемой продукции, получение дополнительной прибыли и др.

Прежде чем анализировать развитие авиационной промышленности в экономической сфере, необходимо рассмотреть нормативно-правовые акты, регулирующие инвестирование в Российской Федерации.

В настоящее время гражданская авиация в России страдает от нехватки средств у авиакомпаний для модернизации своего воздушного флота; отсутствия мотивации у финансовых структур вкладывать средства в авиационную промышленность России; от недостаточного финансирования развития гражданской авиации и несоблюдения сроков выполнения работ по созданию новых самолетов, отставания в их создании; задержки денежных поступлений для авиапредприятий и отсутствия собственных средств в авиапромышленном комплексе, необходимых для его развития.

В этих условиях авиационная промышленность России является непривлекательной для потенциальных инвесторов. Авиапрому приходится рассчитывать только на государственную поддержку.

Только продуманная и взвешенная политика может повысить привлекательность российского авиапрома в глазах зарубежных инвесторов. Основными способами решения данной задачи являются:

1. создание благоприятной для потенциальных инвесторов структуры управления авиационным производством;
2. содействие в разработке и создании базовых технологий и научно-технического задела, а также проведение НИОКР для разработки новых образцов авиационной техники;
3. технологическое перевооружение отрасли и переход на мировой уровень проектирования;
4. развитие нормативно-правовой базы в области инвестиционной деятельности;
5. обучение специалистов для отрасли и их социальная защита.

Требуются грамотные и опытные специалисты по потребительскому поведению, прогнозированию спроса на разных сегментах рынка как внутри страны, так и за рубежом. Нужна каста независимых экспертов-профессионалов, пользующихся доверием экономического блока правительства и бизнеса. Это даст возможность увереннее реализовывать крупные инвестиционные проекты.

6. разработка программ вместе с другими странами. Например, в 2007 году индийская авиастроительная корпорация Hindustan Aeronautics Ltd (HAL) и российская Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК) подписали в городе Бангалоре генеральный контракт о начале работ по совместному проектированию многоцелевого транспортного самолета (МТА)[1]. К сожалению, в 2015 году Индия покинула проект.

Сейчас выбор стран-партнёров ограничен, но возможности для совместных программ ещё имеются.

Привлечение иностранных инвесторов в авиапром России является стратегически важной задачей инвестиционной политики. Деятельности иностранных инвесторов препятствуют недостоверная информация о рынке в России, сложный механизм принятия решений на государственном уровне, коррупция, сложность прогнозирования прибыли от проектов и противоречивость нормативно-законодательной базы.

Права зарубежных инвесторов в авиапроме должны расширяться прежде всего в интересах гражданской авиации. Необходимо обеспечить надежные гарантии защиты инвестиций, устойчивость и ясность законодательной базы РФ. Показателями стабильности права могут быть количество издаваемых нормативных правовых актов и количество вносимых в них изменений, поскольку каждый из них вносит изменения в законодательство и в правовое регулирование. В России они очень высоки[2]. Большое количество нормативного материала привело к кризису правовой системы[3]. Данную ситуацию можно определить как правовую инфляцию, как деятельность, приводящую к необоснованному увеличению числа нормативных актов, которое снижает как эффективность правового регулирования, так и само состояние законодательства. Похоже, существует некое критическое число источников регулирования, превышение которого ведет к снижению эффективности регулирования правовых отношений. Определить его — задача современного правоведения. Кроме того, нестабильность законотворческого процесса в России весьма обременительна для её бюджета. Внесение и рассмотрение законопроектов также требуют финансовых затрат, идущих на лоббирование и непосредственное рассмотрение законопроектов[4]. Одним из направлений в решении имеющихся проблем могли бы стать разработка критериев для оценки содержательности нормативных правовых актов. В противном случае попытки преодолеть юридический хаос могут оказаться неудачными.

Так появятся благоприятные условия для зарубежных инвесторов и дополнительные финансовые и интеллектуальные ресурсы. Кроме того, зарубежные инвестиции позволят авиационной промышленности стабильно и устойчиво развиваться в современных рыночных условиях.

\*\*\*

1. РИА новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20160907/1476271155.html> (дата обращения 24.03.2023).
2. Казанник А.И. Научная организация управленческого труда в государственных и муниципальных учреждениях России. Омск, 2004. С. 247.
3. Бачмага О.П. Оценка правотворческого процесса в российской федерации на современном этапе: сравнительно-правовой анализ // Актуальные проблемы российского права. 2014. № 1. С. 43.
4. Мелехин А.В. Теория государства и права. М., 2007. С. 314.

**Попова О.Д.**

**Роль социального пакета как инструмента стимулирования труда персонала современной компании**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
(Россия, Самара)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-287*

*Научный руководитель: Динукова О.А.*

**Аннотация**

В современном мире, где рынок труда становится всё более насыщенным и конкурентоспособным, ключевую роль в привлечении и удержании ценных сотрудников играет социальный пакет. В данной статье рассматривается значимость, а также основные элементы и понятия социального пакета как инструмента корпоративной социальной ответственности.

**Ключевые слова:** социальный пакет, мотивация, социальные гарантии, руководитель, социальная ответственность.

**Abstract**

In today's world, where the labor market is becoming more saturated and competitive, the social package plays a key role in attracting and retaining valuable employees. This article examines the importance, as well as the main elements and concepts of the social package as an instrument of corporate social responsibility.

**Keywords:** social package, motivation, social guarantees, manager, social responsibility.

Понятие "социальный пакет" никак не закреплено юридически. Под ним понимается комплекс льгот и услуг, предоставляемых работодателем, направленных на повышение лояльности и продуктивности сотрудников. Важно отметить, что Трудовой кодекс Российской Федерации четко устанавливает обязанности работодателя по предоставлению социальных льгот своим сотрудникам, которые не входят в понятие «социальный пакет». Например, обязательное страхование работников (статья 22, глава 2 Трудового кодекса РФ) не делает оплачиваемый больничный лист привилегией. Также ежегодный оплачиваемый отпуск (статьи 114, 115, главы 19 Трудового кодекса РФ) и отчисления в Пенсионный фонд обязательны для всех руководителей компаний, независимо от их формы собственности [1]. Важно разграничивать обязательные по закону и дополнительные блага, предоставляемые работодателем, поэтому термин социальный пакет следует понимать как блага, которые превосходят установленные законами РФ [2].

Работодатель берет на себя ответственность за обеспечение гарантий "социального пакета" для своих сотрудников. Эти привилегии могут быть предоставлены как всем

работникам компании, так и определенным группам за особые достижения или статус и состоят из 2 подгрупп: конкурентных и компенсационных льгот [3].

Компенсационные льготы включают в себя:

- Продолжение выплат при увольнении в случае, если это произошло не по инициативе работника,

- Продолжение выплат в случае потери трудоспособности.- продолжение выплат супругу (супруге) или иным членам семьи;
- страхование от заболеваний или от несчастных случаев;
- протекция обязательств и собственности;
- добавочные льготы (особая категория выплат и услуг) [4].

Конкурентный социальный пакет составляет все льготы и преимущества, которые работодатель предоставляет своим сотрудникам по собственной инициативе в дополнение к законодательным требованиям и включает в себя:

- Акции на продукцию компании и корпоративные карты для сотрудников;
- Путевки в места отдыха (санатории, детские лагеря и тд) с льготными условиями для членов семьи работников;
- Обучение и повышение квалификации;
- Льготное питание в течение рабочей смены;
- Оплата спортивных и развлекательных мероприятий для сотрудников [5].

Таким образом, социальный пакет служит важным средством поддержания высокой мотивации и приверженности компании.

Современные тренды показывают, что социальный пакет играет ключевую роль в мотивации сотрудников. Для нового поколения важно, чтобы работодатели внедряли гибкие графики, дополнительный отпуск и возможности удалённой работы. Это дает возможность работникам балансировать работу и личную жизнь. Программы профессионального развития, корпоративные тренинги и образовательные курсы также становятся популярны, поскольку они предоставляют ценные навыки и помогают карьерному росту сотрудников. Такие инвестиции в персонал не только повышают лояльность, но и поднимают общую производительность, что, несомненно, выгодно для роста компании.

Социальный пакет влияет на трудовую активность и повышает заинтересованность сотрудников в качественном выполнении работы, обеспечивая стабильное психологическое состояние за ее пределами. Например, медицинское страхование обеспечит персоналу уверенность в доступе к качественной здравоохранительной помощи, снижая заботу о личном здоровье и повышая уровень удовлетворенности работой. Пенсионные программы, такие как накопительные планы, формируют долгосрочную перспективу сотрудничества между работником и компанией. Компенсации транспортных расходов уменьшают финансовую нагрузку на сотрудников и акцентируют внимание на удобстве их трудоустройства. Иначе говоря, щедрый и продуманный социальный пакет может значительно повысить мотивацию и лояльность сотрудников.

Однако, игнорируя ТК РФ, некоторые организации пренебрегают нормами, увеличивая продолжительность рабочего дня, не предоставляя оплачиваемый отпуск и выплаты по болезни, а также уклоняясь от уплаты социальных налогов при выдаче заработной платы. Подобные нарушения чаще всего характерны для малых и средних предприятий, зарегистрированных как индивидуальные предприниматели или общества с ограниченной ответственностью [6].

В 2020 году большинство российских работодателей (71 %) поддержали уровень социальных льгот для своих сотрудников на прежнем уровне, как свидетельствует исследование, проведенное Работа.ру. Опрос, который охватил 1000 руководителей и HR-

директоров компаний России, выявил, что несмотря на экономические трудности, вызванные пандемией (Covid-19), почти три четверти организаций (71 %) сохранили прежний уровень социальных льгот. И только в 2 % компаний социальные пакеты стали более обширными, включив в себя новые возможности [7].

В Российской Федерации социальный пакет не настолько разнообразен, как в предприятиях стран Запада. Международные компании прикладывают гораздо больше сил для создания привлекательного социального пакета для талантливых сотрудников, при этом не привлекая излишних средств.

Один из примеров успешного внедрения социальных пакетов представляет IT-гигант Google. Компания предоставляет сотрудникам широкий спектр льгот: бесплатное питание высокого качества, курсы личностного роста, страхование жизни и здоровья, комфортные пространства для отдыха и фитнес-центры прямо на территории офиса. Эти меры направлены на создание среды, где каждый чувствует заботу и поддержку. В результате Google не только добивается низкого уровня текучести кадров, но и привлекает топ-специалистов, обеспечивая высокую мотивацию и лояльность персонала. Внедрение такого социального пакета превращает работу в желанное место для профессиональной реализации и личного развития.

Современные реалии рынка труда требуют от руководителей компаний не просто предложения заработной платы, но и формирования привлекательного социального пакета для сотрудников. Это становится ключевым инструментом для мотивации и удержания квалифицированных кадров. Разработка и развитие социального пакета дает возможность создать в компании атмосферу заботы о личности каждого сотрудника, что в свою очередь повышает их лояльность и производительность труда. Вкладывая средства в социальные программы для сотрудников, компания формирует фундамент для долгосрочного развития и успешной конкуренции на рынке.

\*\*\*

1. Гусейнова Марина Муртузалиевна СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА // УЭПС. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-paket-kak-instrument-motivatsii-personala> (дата обращения: 26.04.2024).
2. Гончарова, Н. В. Управление человеческими ресурсами организации в условиях современного рынка труда : учебное пособие / Н. В. Гончарова, Л. В. Дайнеко, Е. В. Зайцева ; под общ. ред. Е. В. Зайцевой ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 162 с. – Библиогр.: с. 153–160. – 30 экз. – ISBN 978-5-7996-3298-4. – Текст : непосредственный.
3. Динукова, О. А. Мотивация и стимулирование труда персонала / О. А. Динукова // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей IX Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 15 марта 2020 года / Редколлегия: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. редакторы) [и др.]. Том Часть 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2020. – С. 152-155. – EDN GVXRAG.
4. Горелов Н.А. О книге Р.И. Хендерсона «Компенсационный менеджмент» / Н.А. Горелов, О.Н. Литун // Труд за рубежом. 2005. № 1. С. 148-164.
5. Вергара, Сурита Хосе Эсталин. Роль социального пакета как инструмента стимулирования труда персонала современной компании / Сурита Хосе Эсталин Вергара. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 10 (57). — С. 296-297. — URL: <https://moluch.ru/archive/57/7812/> (дата обращения: 26.04.2024).
6. Борохов Э. А. Социальный пакет как инструмент мотивации персонала // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – С. 7–12. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/76345.htm>.
7. ИА "Финмаркет" Большая часть российских работодателей сохранили прежний размер соцпакетов для сотрудников / ИА "Финмаркет" [Электронный ресурс] // ФИНМАРКЕТ : [сайт]. — URL: <https://www.finmarket.ru/news/5330204> (дата обращения: 26.04.2024).

Попова О.Д.

**Сравнительный анализ отечественной и зарубежной модели управления персоналом**

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
(Россия, Самара)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-288

Научный руководитель: Скибин Ю.В.

**Аннотация**

В современном мире управление персоналом играет ключевую роль в успехе любой организации. Различия в подходах к управлению персоналом в разных странах могут значительно влиять на производительность труда и общую эффективность работы предприятий. В данной статье проводится сравнительный анализ отечественной и зарубежной моделей управления персоналом, изучаются основные принципы, методики и практики, которые применяются в разных культурных и экономических контекстах.

**Ключевые слова:** отечественная модель управления персоналом, зарубежная модель управления персоналом, менеджмент.

**Abstract**

In today's world, HR management plays a key role in the success of any organization. Differences in approaches to personnel management in different countries can significantly affect labor productivity and the overall efficiency of enterprises. This article provides a comparative analysis of domestic and foreign models of personnel management, examines the basic principles, methods and practices that are used in different cultural and economic contexts.

**Keywords:** the domestic model of personnel management, the foreign model of personnel management, management.

Модель управления персоналом – это оптимизация работы сотрудников в компании посредством использования разнообразных стратегий управления персоналом. Основные моменты включают в себя мотивацию, обучение, оценку производительности, удержание сотрудников и, безусловно, найм новых сотрудников [1]. Сравнительный анализ отечественных и зарубежных моделей управления персоналом имеет особое значение в условиях глобализации и интеграции рынков. Изучение различий и сходств в подходах к управлению персоналом позволяет компаниям адаптироваться к меняющимся экономическим условиям, повышая эффективность работы и конкурентоспособность.

Основные принципы отечественной модели управления персоналом характеризуются централизованным подходом и в большей степени уклоном в административные методы. В России и других странах постсоветского пространства до сих пор сохраняются элементы патернализма, где руководство компаний принимает на себя обязательства по заботе о сотрудниках, часто выходящие за рамки стандартных трудовых отношений. Помимо этого, широко распространён коллективизм, предполагающий взаимную поддержку и ценность коллективного мнения в процессе принятия решений [2]. Это проявляется в том, что участие персонала в управлении компанией чаще всего не ограничивается формальным уровнем.

В качестве одного из преимуществ отечественной модели управления персоналом можно выделить поддержку и стимулирование социальных организаций и профсоюзов. Профсоюзы играют важную роль в защите интересов работников и обеспечении их социальных прав. Они участвуют в коллективных переговорах, охране и защите труда, соблюдении трудовых норм и правил. Кроме того, отечественная модель ориентирована на сохранение стабильности и социального равновесия в организациях. В стране ставится уклон на долгосрочные и стабильные трудовые отношения, что способствует укреплению доверия между работодателем и работниками и является полезным преимуществом при формировании командного духа и создании благоприятной рабочей атмосферы.

Однако, в Российской модели управления все же присутствует ряд отрицательных черт:

При найме сотрудников возраст кандидата играет важную роль. Несмотря на то, что ключевыми критериями являются опыт работы и наличие специализированных знаний в соответствующей области, необходимо отметить, что в некоторых случаях работодатели отдают предпочтение молодым специалистам. Это может вызывать трудности для кандидатов старше 40-45 лет, даже если они обладают необходимым опытом и навыками. Важно, чтобы оценка потенциального сотрудника происходила на основе профессиональных и личностных качеств, и не была искажена другими факторами, такими как пол, национальность, семейное положение и мировоззрение.

Неформальные связи и кумовство. В отличие от Америки и Европы, где формальные отношения часто определяют успех, в России важнее иметь хорошие неформальные связи и отношения с коллегами и руководством. Даже если у человека есть высокие профессиональные навыки, но он не может наладить взаимоотношения с коллегами, у которых уровень образования и опыт работы в определенной сфере может быть гораздо ниже, это может негативно сказаться на его карьере. Успешное продвижение по карьерной лестнице в России не всегда зависит от стажа, возраста или профессиональных достижений. Часто случается, что человеку удается достичь успеха благодаря связям и дружбе с "правильными" людьми, через знакомства и т.д. Это традиционное русское явление, которое, к сожалению, часто сопровождается негативными последствиями – демотивацией сотрудников или увольнением.

Отсутствие осознания руководством важности человеческого капитала. Часто недооценивается потенциал талантливых сотрудников и не уделяется должного внимания человеческому капиталу как ключевому ресурсу предприятия. Это отражается в распространенных утверждениях, таких как "нет незаменимых сотрудников", и практике легкого увольнения персонала [3].

В целом, отечественная модель управления персоналом обладает своими преимуществами и недостатками. Она сфокусирована на государственной поддержке и социальной защите работников, что способствует формированию стабильных и долгосрочных трудовых отношений. Однако присутствие некоторых ограничений может затруднить адаптацию к быстро меняющимся рыночным условиям.

Зарубежная модель управления персоналом часто акцентирует внимание на стратегическом HRM, где ключевое значение играет интеграция управления человеческими ресурсами с общей стратегией предприятия. Этот подход помогает компаниям быть более гибкими и адаптивными к изменяющимся рыночным условиям. Например, в США и странах Евросоюза большой упор делается на развитие талантов и управление карьерой сотрудников, что способствует повышению их мотивации и удовлетворенности работой. В таких моделях важной составляющей является культура обратной связи, где регулярные оценки и отзывы играют ключевую роль в процессе профессионального роста и развития персонала.

Кроме того, зарубежные модели управления персоналом акцентируют внимание на развитии сотрудников через создание специальных программ обучения, которые помогают сотрудникам повысить свои профессиональные и личностные навыки, а также удовлетворенность работой. Другой популярный подход - "повышение внутри компании", который обеспечивает возможность роста и карьерного развития для сотрудников внутри организации.

Зарубежные модели управления персоналом также активно используют инновационные подходы. Например, "агилити" - это методология, которая делает упор на гибкость и быстроту принятия решений. Она позволяет организации адаптироваться к быстро меняющемуся бизнес-окружению и эффективно управлять изменениями [4].

Таким образом, зарубежные модели управления персоналом предлагают ряд подходов и инноваций, которые помогают организациям эффективно управлять своими человеческими ресурсами. Они основаны на гибкости, мотивации, развитии сотрудников и внедрении инновационных методов. Эти модели являются ценным источником опыта и знаний для отечественных организаций, желающих улучшить свои практики управления персоналом.

Анализируя полученные данные, можно выявить основные отличия между отечественной и зарубежной моделями управления персоналом [5]:

Стиль лидерства, вовлечение сотрудников и корпоративная культура. Зарубежные модели часто акцентируют внимание на горизонтальной структуре, предоставляя сотрудникам больше автономии и возможностей для самореализации. В то время как в России преобладает вертикальная структура управления с жёстким контролем и централизацией власти.

Инновации и гибкость. Зарубежные компании активнее внедряют программы по обучению и развитию персонала, подчёркивая важность карьерного роста и обеспечивая поддержку в достижении личных целей сотрудников.

Фокус на отдельном индивиде или коллективе. В зарубежных моделях управления акцент часто делается на индивидуальных навыках и потенциале сотрудника, в то время как в отечественных моделях уделяется большое внимание работе в коллективе и коллективному решению задач.

Исходя из анализа различий в управлении персоналом между отечественными и зарубежными компаниями, можно выделить несколько основных рекомендаций для улучшения эффективности отечественного менеджмента. Во-первых, следует уделить внимание развитию корпоративной культуры и вовлеченности сотрудников, что является ключом к повышению лояльности и продуктивности в организации. Во-вторых, важно интегрировать системы непрерывного обучения и профессионального развития, чтобы повысить компетентность и адаптивность персонала. В-третьих, отечественной системе необходимо внедрение современных технологий и инновационных инструментов для управления персоналом. Эти меры помогут создать конкурентоспособную и устойчивую систему управления персоналом.

\*\*\*

1. МОДЕЛИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: Российско-британское учебное пособие /Под ред. Е.Б. Моргунова (Серия «Библиотека журнала «Управление персоналом»). — М.: ЗАО «Бизнесшкола «Интел-Синтез», 2001. — 464 с.
2. Жумалиева, А. К. Сравнительный анализ отечественной и зарубежной модели управления персоналом / А. К. Жумалиева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 2 (292). — С. 263-266. — URL: <https://moluch.ru/archive/292/66149/> (дата обращения: 28.04.2024).
3. Российская модель управления персоналом // GD.RU URL: <https://www.gd.ru/articles/12608-rossiyskaya-model-upravleniya-personalom> (дата обращения: 28.04.2024).
4. Обзор Agile. Что это: методология, метод или философия? // VC.RU URL: <https://vc.ru/scrumtrek/909147-obzor-agile-cto-eto-metodologiya-metod-ili-filosofiya> (дата обращения: 28.04.2024).
5. Овчинникова А.С., Марусинина Е.Ю. ВЛИЯНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ // Экономика и социум. 2015. №2-3 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-zarubezhnyh-modeley-upravleniya-personalom-na-otechestvennyuyu-model-upravleniya-personalom-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 28.04.2024).

**Рахимов А.Р.**

### **Особенности кадрового обеспечения в условиях цифровизации**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-289

*Научный руководитель: Динукова О.А.*

#### **Аннотация**

Цифровизация привносит не только новые технологии и инструменты, но и меняет требования к профессиональным навыкам сотрудников. В статье мы рассмотрим основные аспекты кадрового обеспечения в условиях цифровой трансформации, выявим особенности формирования и развития команды в динамично меняющемся бизнес-окружении

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровая экономика, управление персоналом, кадровое обеспечение, кадры, компетенции, инновационные методы.

**Abstract**

Digitalization brings not only new technologies and tools, but also changes the requirements for professional skills of employees. In the article, we will consider the main aspects of staffing in the context of digital transformation, identify the features of team formation and development in a dynamically changing business environment.

**Keywords:** digitalization, digital economy, personnel management, staffing, personnel, competencies, innovative methods.

Цифровизация оказывает заметное влияние на потребности компаний в кадровых ресурсах. В результате цифровой трансформации возникает необходимость в новых профессиях, таких как специалисты по аналитике данных, разработчики и программисты, эксперты по кибербезопасности и digital-маркетологи. Появляются новые сферы деятельности, которые требуют уникальных навыков и знаний.

Одновременно с этим цифровизация приводит к автоматизации многих рабочих процессов, что может привести к сокращению потребности в некоторых категориях работников. Рутинные задачи все чаще выполняются с помощью программного обеспечения или роботов, что может повлиять на объем необходимого персонала.

Другим важным аспектом является необходимость переквалификации и повышения квалификации существующих сотрудников. В условиях быстрого развития технологий и появления новых цифровых инструментов компаниям становится жизненно важно иметь сотрудников, готовых адаптироваться к изменениям и осваивать новые навыки. Обучение персонала становится ключевой стратегической задачей для успешной цифровой трансформации.

Кроме того, с развитием цифровизации растет значение таких мягких навыков, как коммуникация, управление временем, способность работать в команде и решать проблемы. Они становятся не менее важными, чем техническая экспертиза. Компании вынуждены уделять больше внимания развитию лидерских качеств и социальной компетенции своих сотрудников.

В целом цифровизация оказывает сложное и многогранный эффект на потребности компаний в кадровых ресурсах. С одной стороны необходимы новые специалисты, с другой стороны требуется переквалификация текущего персонала и развитие мягких навыков для успешной работы в новых условиях. Только путем постоянного анализа потребностей и грамотного управления человеческими ресурсами компании смогут эффективно использовать преимущества цифровой эры.

С развитием цифровых технологий и цифровизацией бизнес-процессов современные организации все больше сталкиваются с необходимостью обновления своего кадрового состава. Технологические требования к сотрудникам включают в себя ряд аспектов, необходимых для успешной работы в условиях цифровой экономики.

Во-первых, сотрудники должны обладать цифровой грамотностью и умением работать с цифровыми инструментами и технологиями. Это включает эффективное использование программного обеспечения, работу с онлайн-сервисами, понимание основ информационной безопасности и защиты данных.

Во-вторых, сотрудники должны уметь анализировать данные для принятия стратегических решений. В условиях цифровизации анализ больших объемов информации становится все более важным, поэтому необходимо умение проводить аналитические исследования и делать выводы на основе полученных данных.

В-третьих, сотрудники должны быть гибкими и готовыми участвовать в процессах автоматизации. С развитием новых технологий многие процессы становятся автоматизированными, и сотрудники должны быть готовы к изменению рабочих задач, быстрому освоению новых инструментов и технологий.

И, наконец, в условиях цифровизации необходимо постоянное обучение и развитие. Сотрудники должны быть готовы к постоянному обучению и саморазвитию в связи с быстрым

развитием технологий. Компании могут создавать программы по повышению компетенций или поддерживать интерес к самообразованию.

В цифровой эпохе ключевым элементом кадрового обеспечения становятся цифровые навыки сотрудников. Специалисты должны обладать необходимыми умениями и знаниями для работы в цифровой среде. Они должны уметь работать с различными программными продуктами, понимать принципы работы информационных систем, уметь анализировать информацию и быстро адаптироваться к новым технологиям.

Одним из основных таких навыков является умение эффективно использовать компьютерные программы и онлайн инструменты. Сотрудники должны быть хорошо знакомы с такими приложениями, как Microsoft Office, Google Suite и другими программами для работы с документами и данными. Также важно иметь опыт работы с специализированным программным обеспечением в зависимости от специфики работы.

Помимо этого, для успешной работы в условиях цифровизации необходимо понимание принципов работы информационных систем. Сотрудники должны быть грамотными в области информационной безопасности, уметь защищать данные компании от утечек и хакерских атак. Знание основных принципов работы IT-систем поможет им быстрее разбираться в возникающих проблемах и эффективно решать задачи.

Наконец, успешное кадровое обеспечение в условиях цифровизации требует от сотрудников способности быстро адаптироваться к новым технологиям. Бурное развитие информационных технологий требует постоянного обучения и саморазвития со стороны персонала компании. Готовность к изменениям и стремление к профессиональному росту становятся необходимостью для успешной карьеры.

В целом, цифровые навыки играют ключевую роль в кадровом обеспечении компаний в условиях цифровизации бизнеса. Сотрудники должны постоянно развивать свои умения и знания для эффективной работы в новых условиях конкурентного рынка.

Инновационные методы подбора персонала становятся все более популярными в эпоху цифровизации. Одним из таких методов является использование специализированных онлайн-платформ для поиска и отбора кандидатов. Это позволяет работодателям быстро находить потенциальных сотрудников и проводить первичное сравнение их профессиональных навыков и опыта. Такие платформы также предоставляют возможность проведения онлайн-интервью и тестирования, что значительно ускоряет процесс подбора персонала.

Еще одним инновационным методом является использование аналитики данных для прогнозирования потребностей в персонале. Системы анализа больших данных могут помочь компаниям определить требуемый состав команды на основе предшествующих данных о результатах работы, эффективности проектов и других факторов. Это позволяет организациям создавать более точные модели подбора персонала и минимизировать риски ошибок при принятии решений.

Также стоит отметить использование геймификации в процессе подбора персонала как еще одного инновационного метода. Игровые элементы в процессе отбора могут помочь оценить не только профессиональные навыки кандидата, но и его личностные качества, коммуникативные способности и способность работать в коллективе.

Можно сказать, что инновационные методы подбора персонала играют все более значимую роль в условиях цифровизации. Они помогают компаниям эффективно находить нужных специалистов, адаптированных к быстрому развитию технологий, что является ключевым фактором успеха в современном бизнес-мире.

Цифровая экономика представляет собой новую реальность, которая требует адаптации и изменения подходов к управлению персоналом. В условиях цифровизации возникают как вызовы, так и перспективы для управления человеческими ресурсами.

Одним из основных вызовов является необходимость поиска и удержания специалистов с цифровыми компетенциями. Большинство должностей в современных компаниях требуют знаний в области информационных технологий, аналитики данных, интернет-маркетинга и

других цифровых навыков. Это создает конкуренцию на рынке труда и повышает стоимость кадрового обеспечения.

Другим вызовом является необходимость разработки гибких систем работы и мотивации сотрудников. Цифровые технологии позволяют работать удаленно, обеспечивая гибкость в организации рабочего процесса. Управление распределенными командами требует особых навыков от HR-специалистов.

Также для успешного управления персоналом в цифровой экономике необходимо активное внедрение инновационных методик работы с людьми, развитие digital-компетенций у HR-специалистов и постоянно следить за изменениями на рынке труда. Только таким образом компании смогут эффективно использовать потенциал своих сотрудников для достижения стратегических целей в условиях быстрого развития цифровых технологий.

\*\*\*

1. Атаманик, О. А. Цифровизация в системе кадрового управления предприятием: методология и механизмы реализации. Экономика и менеджмент инноваций. 2019. 4(1), С. 28-39.
2. Динукова, О. А. Современные тенденции подбора персонала / О. А. Динукова // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 4(153). – С. 1318-1322.
3. Илюхина, Л. А. Проектирование подбора персонала как инструмент эффективного менеджмента / Л. А. Илюхина, И. В. Богатырева // Лидерство и менеджмент. – 2021. – Т. 8, № 1. – С. 145-160.
4. Махмудова, И. Н. Кадровая безопасность в системе экономической безопасности и управления персоналом / И. Н. Махмудова, Л. А. Илюхина, И. В. Богатырева // Европейский журнал социальных и поведенческих наук, Самара, 06-08 декабря 2018 года. Том 57. – Самара: Академия будущего, 2019.

**Рахимов А.Р.**

### **Влияние информационных технологий на успех деятельности фирмы**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»*

*(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-290

*Научный руководитель: Скибин Ю.В.*

#### **Аннотация**

В современном мире информационные технологии играют ключевую роль в развитии и успехе бизнеса. Они стали неотъемлемой частью практически всех сфер деятельности, от производства до обслуживания клиентов. Влияние информационных технологий на успех деятельности фирмы нельзя недооценивать, поскольку они способны преобразовать и оптимизировать бизнес-процессы, улучшить коммуникацию и принятие решений.

**Ключевые слова:** информационные технологии, бизнес-процессы, автоматизация, эффективное развитие.

#### **Abstract**

In the modern world, information technology plays a key role in the development and success of a business. They have become an integral part of almost all areas of activity, from manufacturing to customer service. The impact of information technology on the success of a company's activities cannot be underestimated, as they are able to transform and optimize business processes, improve communication and decision-making.

**Keywords:** information technology, business processes, automation, effective development.

Информационные технологии играют ключевую роль в современном бизнесе, оказывая значительное влияние на успех деятельности фирмы. Во-первых, благодаря IT-технологиям возможно автоматизировать и оптимизировать множество бизнес-процессов, что позволяет сократить затраты на персонал, увеличить производительность труда и снизить риск ошибок.

Во-вторых, информационные технологии способствуют более эффективному управлению бизнесом. Системы учета и анализа данных позволяют оперативно получать и интерпретировать информацию о состоянии рынка, конкурентных предложениях, потребностях клиентов и других факторах, влияющих на успех фирмы. Это позволяет принимать обоснованные решения и быстро реагировать на изменения во внешней среде.

Кроме того, внедрение информационных технологий способствует улучшению коммуникации внутри организации и с внешними стейкхолдерами. Электронная почта, видеоконференции, корпоративные порталы и другие средства коммуникации позволяют оперативно и эффективно обмениваться информацией и взаимодействовать с партнерами, клиентами и поставщиками.

В целом, информационные технологии приносят в современный бизнес значительные преимущества, способствуя повышению производительности, улучшению принятия решений и сокращению затрат. Фирмы, которые успешно внедряют современные ИТ-решения, имеют больше возможностей для конкуренции на рынке и достижения долгосрочного успеха.

Использование информационных технологий в деятельности фирмы обеспечивает ряд преимуществ, которые могут существенно повлиять на ее успех. Прежде всего, информационные технологии позволяют автоматизировать и оптимизировать различные бизнес-процессы.

Благодаря использованию специального программного обеспечения, фирма может значительно улучшить эффективность своих операций, сократить время на выполнение задач и увеличить производительность сотрудников. Например, системы управления клиентской базой данных позволяют легко отслеживать информацию о клиентах и их заказах, что облегчает работу с ними и повышает качество обслуживания.

Кроме того, информационные технологии обеспечивают доступ к большому объему данных и аналитическим инструментам. Анализ данных позволяет фирме принимать более информированные решения и предсказывать потенциальные риски и возможности на рынке. Например, аналитика продаж позволяет идентифицировать наиболее популярные товары и оптимизировать их предложение, что ведет к увеличению прибыли.

Кроме того, информационные технологии позволяют оптимизировать коммуникацию и сотрудничество, как внутри фирмы, так и с внешними партнерами и клиентами. Онлайн-системы совместной работы позволяют сотрудникам эффективно обмениваться информацией, редактировать документы в режиме реального времени и улучшать общую коммуникацию. Это способствует более оперативному принятию решений и повышает производительность коллектива.

В целом, использование информационных технологий в деятельности фирмы дает возможность улучшить операционные процессы, анализировать данные, оптимизировать коммуникацию и повысить эффективность работы.

Информационные технологии являются неотъемлемой частью современного бизнеса. Они оказывают значительное влияние на успех деятельности фирмы и способствуют ее развитию. Основным трендом на данном рынке являются инновационные подходы к использованию информационных технологий, которые обеспечивают фирмам конкурентное преимущество.

Первый инновационный подход заключается в использовании облачных технологий. Облачные сервисы позволяют хранить и обрабатывать большие объемы данных, а также предоставляют доступ к ним из любой точки мира. Это позволяет фирмам эффективнее работать с информацией, ускоряя процессы принятия решений и повышая общую производительность.

Второй инновационный подход связан с использованием больших данных. Большие данные (Big Data) – это огромные объемы информации, собираемой из различных источников. Анализ больших данных позволяет фирмам получить новые инсайты о своих клиентах и рынке, что помогает принимать более обоснованные решения и оптимизировать бизнес-процессы.

Третий инновационный подход - внедрение и развитие искусственного интеллекта. Искусственный интеллект позволяет автоматизировать рутинные задачи и процессы, что способствует повышению эффективности как производства, так и управления. Кроме того, использование искусственного интеллекта в маркетинге и продажах позволяет более точно предсказывать поведение потребителей и генерировать персонализированные предложения.

Однако, необходимо отметить, что инновационные подходы к использованию информационных технологий требуют значительных инвестиций и квалифицированного персонала для их внедрения и поддержки

Использование информационных технологий позволяет фирмам оптимизировать свои бизнес-процессы и повысить эффективность своей деятельности. Одной из основных задач, которые решают информационные технологии, является автоматизация и упрощение работы внутри компании.

Системы учета и управления, CRM-системы и ERP-системы позволяют автоматизировать множество рутинных процессов, упрощая работу сотрудников и сокращая время выполнения задач. Например, системы учета позволяют автоматически отслеживать затраты и доходы, составлять финансовые отчеты и анализировать финансовую состоятельность компании. CRM-системы помогают управлять взаимодействием с клиентами, отслеживать продажи и эффективность маркетинговых кампаний. ERP-системы позволяют интегрировать все бизнес-процессы компании и управлять ими централизованно.

Кроме того, информационные технологии позволяют фирмам улучшить коммуникацию и сотрудничество внутри компании. Внедрение внутренних порталов, электронных систем обмена документами и удаленных рабочих мест позволяет сотрудникам быстро и эффективно обмениваться информацией, сотрудничать над проектами и принимать совместные решения в режиме реального времени. Это способствует повышению производительности работы и сокращению времени на принятие решений.

Оптимизация бизнес-процессов с помощью информационных технологий позволяет фирмам снижать издержки и улучшать качество своей продукции или услуг. Более эффективные процессы обеспечивают более высокую отдачу от инвестиций и улучшают конкурентоспособность компании на рынке

Внедрение информационных технологий в деятельность фирмы является сложным и многогранным процессом, который сопровождают ряд ключевых вызовов и рисков. Один из наиболее существенных вызовов – это необходимость осуществить переход от традиционных систем к новым технологиям. Это может потребовать значительных затрат на обучение персонала и модернизацию оборудования. Кроме того, возможны проблемы совместимости новых систем с уже существующими структурами и программным обеспечением.

Еще одним вызовом является обеспечение безопасности данных и защита от кибератак. Взломы, вирусы и другие информационные угрозы могут стать причиной утечки конфиденциальной информации, что может нанести серьезный ущерб репутации фирмы и ее финансовым результатам. Поэтому необходимо внедрение соответствующих мер безопасности и построение надежной системы защиты.

Кроме того, при внедрении информационных технологий возникают проблемы с изменением рабочих процессов и уклада жизни сотрудников. Внедрение новых систем может потребовать изменения сложившейся структуры работы, внедрение новых процессов и ролей. Это может вызывать сопротивление со стороны сотрудников и требовать времени и усилий для их адаптации.

Наконец, внедрение информационных технологий сопровождается потерей привычных способов работы и возможных проблем с производительностью. В процессе перехода к новым системам могут возникнуть сбои в работе, недоступность данных или программ, что может привести к задержкам и потере времени. Поэтому важно предусмотреть резервные копии и провести тщательное тестирование перед полным внедрением

\*\*\*

1. Абчук В.А. Экономика предпринимательства: Управление персоналом. // В.А. Абчук/ Персонал-менеджмент: Учеб. пособие. В 2 ч. Ч 2. – Спб.: филиал издательства «Просвещение», 2004.
2. Елепов Б.С., Чистяков В.М. Управление процессами использования информационных ресурсов, М., 2002. 88с.
3. Орлов М.А. Влияние современных информационных технологий на экономическую стабильность предприятия / М.А. Орлов // Вестник Евразийской науки. — 2020. — №2.
4. Хафизова Э.Р. Цифровая трансформация в экономике / Э.Р. Хафизова, А.Р. Фазулзянова, Е.А. Хусаинова // Трибуна ученого. — 2021. — №. 1. — С. 548-579.

**Реклер Е.Н., Чуб М.В.**  
**Ценообразование на рынке труда**

*Российская академия народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте РФ  
(Россия, Волгоград)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-291

**Аннотация**

В научной статье проанализировано ценообразование на рынке труда. Актуальность темы обоснована необходимостью совершенствования механизма ценообразования для более устойчивого развития. Для этого проанализированы все факторы влияющие на формирование цены на рынке труда.

**Ключевые слова:** ценообразование, спрос, предложение, рабочая сила, МРОТ.

**Abstract**

The scientific article analyzes the pricing in the labor market. The relevance of the topic is justified by the need to improve the pricing mechanism for more sustainable development. To do this, all the factors influencing the formation of prices in the labor market are analyzed.

**Keywords:** pricing, demand, supply, labor force, minimum wage.

Цены на факторы производства играют важную роль, поскольку они определяют, как ресурсы распределяются между производителями. Когда цены на факторы растут, их спрос снижается. Аналогично, когда цены на факторы производства снижаются, производители требуют большего количества факторов производства. Некоторые люди зарабатывают свои доходы за счет заработной платы и, следовательно, они получают доход, продавая рабочую силу. Другие, например, люди, владеющие акциями компаний, продают физический капитал. Наконец, есть те, кто получает свой доход от арендной платы за свои собственные земли. Таким образом, цены факторов производства могут определять, как распределяется доход в экономике. Например, в экономике России большинство людей получают свой доход, предоставляя рабочую силу, т.к. в России рабочая сила самый распространенный факторный доход. Следовательно, ставки заработной платы увеличиваются при сохранении других факторов неизменными; рабочая сила будет иметь наибольшую долю в общем доходе.

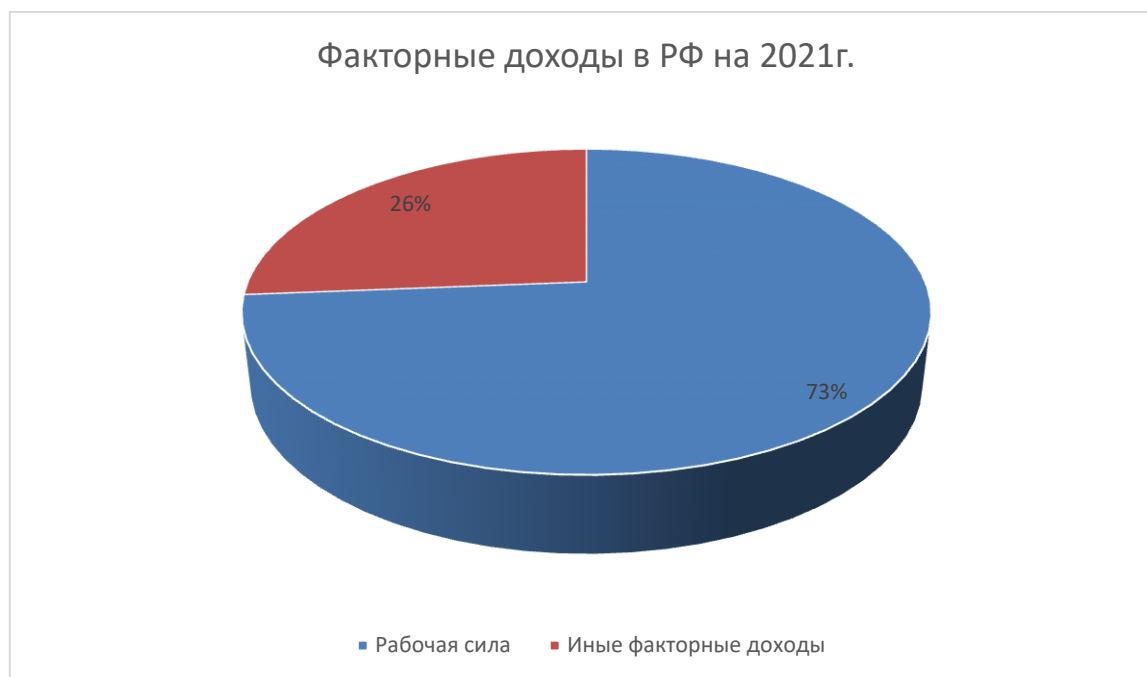


Рисунок 1. Сравнение доходов труда с иными факторными доходами в РФ

В типичной экономике принимаемые решения всегда касаются затрат и выгод. Производители и потребители всегда сравнивают дополнительную выгоду, которую они получают, понеся дополнительные расходы. Эта дополнительная выгода известна как предельная выгода, а эта дополнительная стоимость называется предельными издержками. Производители могут определить, следует ли использовать дополнительный фактор, если стоимость этого фактора меньше, чем получаемая выгода. Поэтому, если вы вычтете дополнительные затраты из выгоды, вы получите прибыль. Однако, если стоимость будет выше, это приведет к убыткам. Это подчеркивает общее правило, которое объясняет, что производитель, стремящийся к максимизации прибыли и получающий прибыль, использует каждый фактор производства до того момента, когда стоимость предельного продукта последней единицы используемого фактора равна цене фактора. Изменение цен на факторы производства определяет изменения спроса на факторы производства вдоль кривой спроса.

Влияние ценовых факторов на спрос

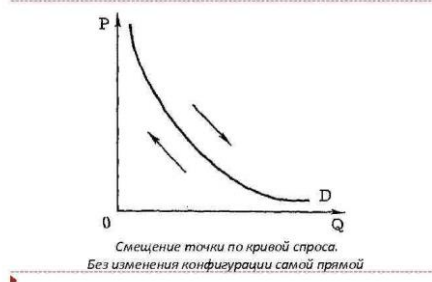


Рисунок 2. Зависимость спроса от изменения цен.

Однако существуют факторы, которые определяют сдвиг кривой спроса.

Во-первых, происходит изменение цен на товары, потому что спрос на факторы производства является производным спросом. Если цена товара, произведенного данным фактором, увеличивается, предполагая, что стоимость фактора остается постоянной, производитель сможет получить больше прибыли, используя тот же фактор. Это приведет к сдвигу кривой спроса на факторы производства, поскольку предельная выгода увеличилась, и,

следовательно, производитель будет использовать больше факторов для максимизации прибыли. Это приводит к сдвигу кривой спроса вправо.

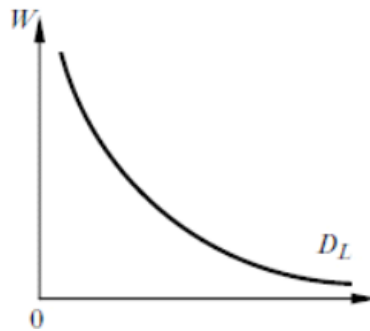


Рисунок 3. Кривая спроса на труд:

Во-вторых, изменение предложения других факторов также может сместить кривую спроса. Например, приобретение большего количества земли может привести к увеличению спроса на рабочую силу - смещение наружу, в то время как уменьшение того же самого приведет к уменьшению количества требуемой рабочей силы, что является сдвигом влево.

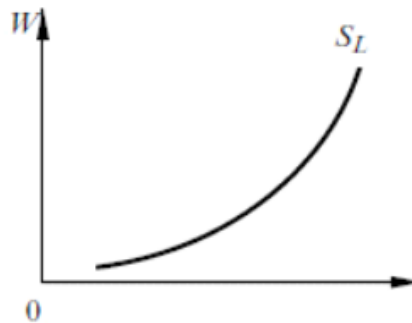


Рисунок 4 . Кривая предложения труда

Наконец, изменения в технологии могут изменить кривую спроса в любую сторону. Развитие технологий может привести к снижению спроса на рабочую силу, поскольку машины теперь выполняют свои функции. С другой стороны, развитие технологий может привести к увеличению спроса на рабочую силу и землю, потому что теперь можно производить больше продукции и, следовательно, требуется больше рабочих рук и земли. Последняя единица фактора увеличивает стоимость продукта, и это рассматривается как равновесное значение предельного продукта. Последняя единица фактора увеличивает стоимость продукта, и это рассматривается как равновесное значение предельного продукта.

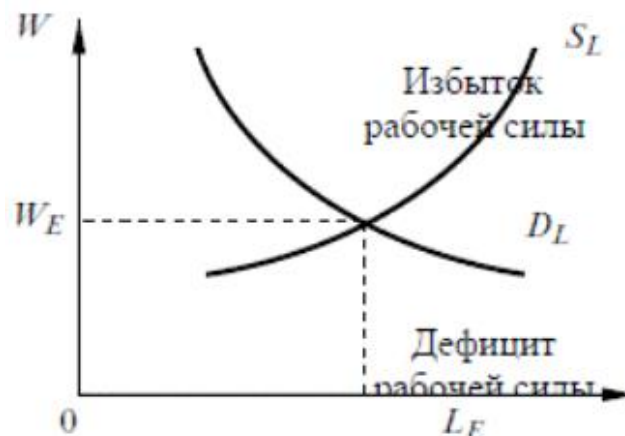


Рисунок 5. Равновесие на конкурентном рынке труда

Таким образом, ставка заработной платы на идеальном рынке рассматривается как величина на равновесном уровне предельного продукта рабочей силы. Это также верно для других факторов производства. Многие экономисты предполагают, что использование фактора производства ограничено, не распространяется на точку, где предельный продукт фактора равен его равновесной цене.

Это приводит к теории распределения доходов с предельной производительностью, которая гласит, что каждому фактору выплачивается стоимость продукции, произведенной последней единицей этого фактора, занятой на рынке факторов производства в целом (которая является его равновесным значением предельной цены). Однако некоторые различия в заработной плате опровергают эту теорию.

1. Первый - это рыночная власть, при которой работники через профсоюзы могут торговаться за более высокую заработную плату, чем равновесная ставка заработной платы.
2. Во-вторых, эффективная заработная плата, при которой работодатели могут оказывать особое отношение (более высокую заработную плату) своим сотрудникам, чтобы получить от них особые услуги и снизить их шансы на увольнение.
3. Наконец, существует дискриминация, при которой двум работникам с одинаковой квалификацией может выплачиваться разная заработная плата в зависимости от их расы или пола.

Как известно, в России минимальная оплата труда всегда была низкой. В течение последнего кризиса она повысилась до 12130 рублей. Но по сравнению со средней заработной платой (около 40 тыс. рублей в месяц) это очень низкий показатель.

### МРОТ в разных странах в 2022 году

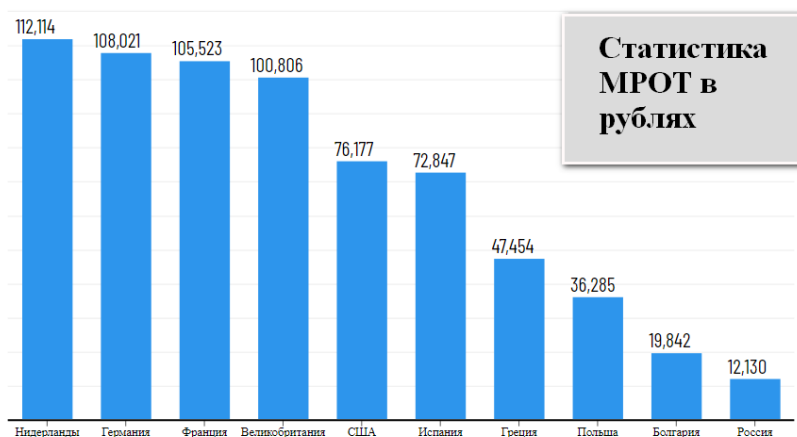


Рисунок 6. Сравнительный анализ МРОТ в мировой практике

МРОТ не может быть высоким, так как он является единым для всей страны, и устанавливают его, учитывая все регионы, как экономически сильные, так и экономически слабые. Если средняя зарплата в экономически более слабых регионах 25 тыс. рублей, а МРОТ составляет 12 тыс. рублей, то соотношение уже составляет 51 %. По всем мировым меркам, этот показатель не является низким.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что цена на труд в рыночной экономике зависит напрямую от спроса и предложения на рынке труда. Также немаловажно влияние конъюнктуры рынка, ситуации экономики в стране, фазы экономического цикла (спад, подъем). Но при этом необходимо отличать формирование цены на труд и стоимости рабочей силы и влияние на них экономической ситуации и конъюнктуры рынка.

\*\*\*

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт-Издат, 2018.
2. Грузков, И.В. Экономическая теория: учебное пособие / И.В. Грузков, Н.А. Довготько, Ч.Х. Ионов, О.Н. Кусакина. – Ставрополь: СГАУ, 2018.
3. Житов Р.Е. Ценообразование: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2017. – 50 с.
4. Пунин Е.Н., Рычков С.Б. Ценообразование и рынок. Перевод с английского; М.: Прогресс — Москва, 2017. — 320 с
5. Фишер, С. Экономика [Текст]: учебное пособие/ С. Фишер. – М.: Дело ЛТД, 2018.

**Салдаева Д.С.****Управление человеческими ресурсами и мотивация персонала в банках***ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
(Россия, Самара)**doi: 10.18411/trnio-05-2024-292**Научный руководитель: Динукова О.А.***Аннотация**

В современном деловом мире эффективное управление человеческими ресурсами играет решающую роль, особенно в сфере банковского бизнеса. Корректное управление персоналом и стимулирование сотрудников становятся необходимым условием успешного функционирования любого банка. В данной статье мы рассмотрим различные аспекты управления человеческими ресурсами и мотивации персонала в банковской отрасли, а также представим практические подходы к решению данных вопросов.

**Ключевые слова:** управление человеческими ресурсами, мотивация, банк, персонал.

**Abstract**

In the modern business world, effective human resource management plays a decisive role, especially in the banking business. Correct personnel management and employee incentives are becoming a necessary condition for the successful functioning of any bank. In this article we will look at various aspects of human resource management and staff motivation in the banking industry, and also present practical approaches to solving these issues.

**Keywords:** human resource management, motivation, bank, personnel.

Успех любой организации, включая банки, в значительной степени определяется эффективным управлением человеческими ресурсами и созданием мотивирующей среды для сотрудников. Работники банковской сферы играют ключевую роль в обеспечении высокого уровня обслуживания клиентов и успешной реализации бизнес-стратегии.

Одной из ключевых задач управления человеческими ресурсами в банковской сфере является привлечение, развитие и удержание высококвалифицированных специалистов. Для достижения этой цели необходимо активно работать над формированием привлекательной корпоративной культуры, предоставляя сотрудникам возможности для профессионального и личностного роста, а также различные поощрения и льготы. Инвестиции в обучение и развитие персонала способствуют повышению их компетентности и улучшению качества предоставляемых банковских услуг.[1]

Важность обеспечения мотивации сотрудников в банковской сфере просто неоспорима. Разнообразные методы стимулирования способны увеличить результативность труда персонала и их степень вовлеченности. Возможности продвижения по карьерной лестнице, системы поощрения и мотивации, создание комфортных условий труда, способствующих удовлетворенности работой, – все эти элементы играют ключевую роль в обеспечении мотивации персонала в банковском секторе.

Анализ современных подходов к управлению человеческими ресурсами в банках позволяет выявить несколько важных аспектов, влияющих на мотивацию персонала. Одним из

таких аспектов является создание благоприятной рабочей среды, включающей комфортные условия труда, развитие корпоративной культуры и реализацию программ лояльности.

Для банков ключевым моментом становится внедрение мотивационных систем, которые учитывают не только потребности и мотивы сотрудников, но и предлагают разнообразные программы развития. Вознаграждение за достижение целей и материальные стимулы играют существенную роль в данном процессе.

В современных банках активно используются средства управления персоналом, включая оптимизацию обязанностей, оценку производительности и разработку планов развития карьеры.

Следует отметить, что успешное управление человеческими ресурсами в банках напрямую зависит от профессионализма руководителей и умения они мотивировать своих подчиненных. Важную роль для создания мотивации играют лидерство, коммуникационные навыки и способность к адаптации к изменениям в банковской среде [2]

Значение мотивации персонала для достижения банковских целей

Эффективное управление человеческими ресурсами с акцентом на мотивацию персонала является критически важным в банковском секторе, где конкуренция острая. Мотивированные сотрудники в банках проявляют высокую преданность работе, стремление к достижению результатов и готовность к саморазвитию. Их высокая эффективность и продуктивность благоприятно сказывается на финансовых показателях банка.

Отличительными чертами мотивированного персонала в банковской сфере являются высокий уровень удовлетворенности от работы, стремление к карьерному росту и приверженность ценностям компании. Достижение мотивации сотрудников возможно благодаря применению разнообразных стратегий и механизмов. Ключевыми факторами, способствующими мотивации персонала, являются: четкое определение целей и задач, создание условий для профессионального развития и продвижения, установление справедливой системы вознаграждения и поощрения, внедрение образовательных программ, формирование благоприятной корпоративной культуры и поддержка командного взаимодействия.

Для успешной мотивации сотрудников в банковской сфере необходимо учитывать индивидуальные потребности и мотивации каждого сотрудника.

Эффективные методы мотивации персонала в банках

В условиях современной банковской среды особенно важно эффективное управление человеческими ресурсами и поддержание высокой мотивации сотрудников. В банковском секторе, где конкуренция остра и удержание клиентов играет ключевую роль, критическим фактором становится формирование сильной и вдохновленной команды.

Одним из эффективных методов мотивации персонала в банках является финансовое стимулирование. Определение конкретных целей и вознаграждения за их достижение может стимулировать сотрудников работать более продуктивно и эффективно. Бонусы, премии и вознаграждения за высокие показатели работы могут быть весьма эффективными мотивационными инструментами [3].

Еще один способ мотивации персонала в банковском секторе - это инвестирование в их развитие и обучение. Предоставление сотрудникам возможности улучшить свои навыки и компетенции способствует не только расширению их профессиональных знаний, но и выражает заботу и поддержку со стороны работодателя. Это, в свою очередь, часто стимулирует увеличение уровня мотивации у персонала.

Для мотивации персонала в банках также эффективно использовать определение карьерных путей, внедрение командных программ и укрепление корпоративной культуры.

В заключение, управление человеческими ресурсами и мотивация персонала играют важную роль в банковской сфере. Банки зависят от квалифицированных сотрудников, которые обладают не только техническими навыками, но и мотивацией для достижения высоких результатов. Ключевыми аспектами управления человеческими ресурсами в банках являются найм и отбор персонала, обучение и развитие сотрудников, а также создание стимулов и поощрений для достижения определенных целей.

Банки должны стремиться к привлечению и найму высококвалифицированных кадров, которые разделяют ценности и цели организации. Важно также предоставить сотрудникам возможность постоянного обучения и развития, чтобы они могли адаптироваться к изменениям в отрасли и повышать свою профессиональную компетентность[4].

\*\*\*

1. Богатырева, И. В. Система мотивации и материального стимулирования как источник трудовой активности персонала компании / И. В. Богатырева, Л. А. Илюхина // Экономика труда. – 2022. – Т. 9, № 5. – С. 955-970. – DOI 10.18334/et.9.5.114737. – EDN HNVHPT.
2. Динукова, О. А. Бюджетирование трудовых затрат / О. А. Динукова // Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона : Материалы IX Международной научно-практической конференции, Махачкала, 05–06 декабря 2018 года. — С. 546-548. – EDN TDRVMY.
3. Динукова, О. А. Мотивация и стимулирование труда персонала / О. А. Динукова // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей IX Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 15 марта 2020 года / Редколлегия: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. редакторы) [и др.]. Том Часть 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2020. – С. 152-155. – EDN GVXRAG.
4. Mahmudova, I. N. Personnel safety in the system of economic security and personnel management / I. N. Mahmudova, L. A. Plyukhina, I. V. Bogatyryova // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, Samara, 06–08 декабря 2018 года. Vol. 57. – Samara: Future Academy, 2019. – P. 1859-1865. – DOI 10.15405/epsbs.2019.03.189. – EDN RLOFZM.

**Салдаева Д.С.**

**Менеджмент в образовании**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-293

*Научный руководитель: Скибин Ю.В.*

#### **Аннотация**

В современном образовательном процессе менеджмент играет ключевую роль. Стремительное развитие информационных технологий и постоянно меняющиеся требования рынка труда требуют от учебных заведений эффективного управления для достижения успеха. Менеджеры в образовании должны быть готовы к принятию сложных решений, организации работы коллектива и оптимизации процесса обучения.

**Ключевые слова:** менеджмент, образование, управленческая деятельность, образовательное учреждение.

#### **Abstract**

Management plays a key role in the modern educational process. The rapid development of information technology and the constantly changing demands of the labor market require effective management of educational institutions to achieve success. Educational managers must be prepared to make difficult decisions, organize team work, and optimize the learning process.

**Keywords:** management, education, management activities, educational institution.

#### **Роль менеджмента в системе образования**

В образовании, менеджмент играет ключевую роль в построении и обеспечении эффективной системы обучения. Он способствует организации процессов, координации деятельности персонала и развитию образовательного учреждения. Давайте рассмотрим основные функции и принципы менеджмента в сфере образования.

Одной из главных функций менеджмента в образовании является планирование. Ведение учебного года, разработка учебных программ, определение целей и задач - все эти

вопросы решаются на этапе планирования. Кроме того, здесь определяются необходимые ресурсы, бюджет и расписание занятий [1].

Организация - еще одна важная функция менеджмента в образовании. Она заключается в создании оптимальных условий для обучения и развития учащихся. Менеджеры образовательных учреждений занимаются организацией учебного процесса, взаимодействием с родителями и организацией внеклассной работы [2].

В сфере образования, как и в других областях, контроль и оценка эффективности играют ключевую роль в менеджменте. Путем оценки достижения поставленных целей, выявления недочетов и разработки планов их устранения, менеджмент в образовании способствует повышению качества образовательного процесса.

Одним из принципов менеджмента в образовании является горизонтальное взаимодействие. Это означает, что решения принимаются коллективно, с участием всех заинтересованных сторон - администрации, педагогического коллектива, учащихся и их родителей. Такой подход способствует развитию доверия и сотрудничества в образовательном учреждении.

Важным принципом менеджмента в образовании является ориентация на конечный результат. Это подразумевает, что все действия и принимаемые решения направлены на достижение определенных целей и задач. Оценка эффективности образовательного процесса происходит на основе объективных показателей, включая успеваемость учащихся и их умственное развитие.

#### Основные принципы менеджмента в образовательных учреждениях

1. Принцип целесообразности является основополагающим в управлении образованием. Эффективное управление образовательным учреждением требует четко определенных и обоснованных целей. Цели могут быть направлены на повышение качества образования, улучшение репутации учреждения, а также развитие инновационных педагогических методов. Однако, крайне важно, чтобы эти цели были согласованы с миссией и видением учреждения, способствуя его долгосрочному развитию.
2. Принцип гибкости и адаптации. Образовательные учреждения должны быть готовы к изменениям и быстро адаптироваться к новым требованиям общества и рынка труда. Менеджмент должен принимать решения на основе анализа актуальных тенденций и предоставлять необходимые ресурсы для внедрения инноваций. Также важно создать гибкую систему обучения, которая будет реагировать на потребности и запросы студентов.
3. Принцип сотрудничества и командной работы играет ключевую роль в эффективном управлении образовательным учреждением. Для достижения успеха необходимо обеспечить взаимодействие и сотрудничество всех членов коллектива. Руководители должны способствовать формированию командного духа, поощрять сотрудников учреждения к совместным усилиям для достижения общих целей, используя как свои личные, так и профессиональные ресурсы. Кроме того, важно устанавливать партнерские отношения с родителями и другими заинтересованными сторонами.
4. Принцип качества и оценки результатов. Менеджмент в образовании должен быть организован таким образом, чтобы обеспечить постоянное повышение качества образовательного процесса. Он должен включать в себя систему оценки результатов обучения, обратную связь со студентами и регулярные анализы для выявления проблем и поиска путей их решения.

#### Управление качеством образования: методы и инструменты

Управление качеством образования – это комплексный процесс, включающий разработку и внедрение стратегий, методов и инструментов с целью повышения уровня обучения и достижения студентами поставленных целей. В современной образовательной среде

управление качеством играет важнейшую роль, поскольку способствует повышению эффективности учебного процесса и удовлетворению потребностей обучающихся.[3]

Одним из методов управления качеством образования является применение методологии управления по результатам. Это подход, основанный на ориентации на конечный результат. При использовании этой методологии образовательные учреждения определяют конкретные ожидаемые результаты обучения и разрабатывают стратегии и планы для их достижения. Результаты обучения могут включать академические успехи, навыки и компетенции, а также выпускников, готовых к успешной карьере.

Другим важным инструментом управления качеством образования является система внутренней оценки. Она предполагает постоянное измерение и мониторинг качества образовательного процесса и его результатов. Система внутренней оценки позволяет образовательным учреждениям и участникам образовательного процесса получать обратную связь о достижении поставленных целей и принимать необходимые меры для улучшения.

Эффективное руководство образовательными процессами

Эффективное руководство образовательными процессами играет ключевую роль в обеспечении высоких результатов обучения. Оно включает в себя создание благоприятной образовательной среды, планирование учебного процесса, разработку образовательных стратегий и оценку успехов студентов.

Одним из ключевых аспектов успешного руководства в сфере образования является формирование поддерживающей образовательной среды. Руководители должны создать безопасное и здоровое пространство как для учащихся, так и для персонала. Это включает в себя стимулирование сотрудничества и эффективной коммуникации, организацию систематического обучения персонала и активное вовлечение родителей в образовательный процесс. [4]

Управление учебным планом и программой также является важным аспектом эффективного руководства в образовании. Руководители образовательных учреждений должны обеспечить соответствие учебных программ требованиям и стандартам, а также учитывать потребности и интересы учащихся. Регулярное обновление и модернизация учебных программ также является необходимым условием успешного образования.

В заключение, эффективное руководство образовательными процессами играет ключевую роль в достижении успешных результатов обучения. Это включает в себя создание поддерживающей образовательной среды, управление учебным планом и программой, а также разработку стратегий обучения и оценки успеваемости студентов. Руководители образовательных учреждений должны постоянно совершенствовать свои навыки и знания, чтобы обеспечить качественное образование для каждого студента. Готовность к постоянному обновлению и развитию является важным аспектом успешного руководства в сфере образования.

\*\*\*

1. Шипилина Л. А. Качество управления образовательным учреждением и необходимость профессионализации менеджмента в образовании. // Сибирский педагогический журнал. — 2016. — № 10. — С. 360–372.
2. Гончаров М. А. Основы менеджмента в образовании: учебное пособие / М. А. Гончаров. — 3-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2016. — 476 с
3. Челнокова Е. А., Коровина Е. А., Агаев Н. Ф. Педагогический менеджмент как вид управленческой деятельности педагога // Современные наукоемкие технологии. — 2015.
4. Мукушев Б. А. Синергетика как новая методология модернизации современного образования // Психодидактика высшего и среднего образования: материалы десятой юбилейной Международной научно-практической конференции: в 2-х ч. / науч. ред. А. Н. Крутский, О. С. Косихи. Барнаул, 2014. С. 9–10.

Сараева Т.С., Калюгина И.В.

### Основные аспекты попередельного метода учета затрат

ФГБОУ ВО Воронежский государственный аграрный университет  
имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-294

#### Аннотация

В данной статье рассматриваются существующие особенности попередельного метода калькулирования себестоимости продукции, применяемого в отраслях промышленности. Уточняется основное правило попередельного метода, состоящее в том, что учет затрат ведется по переделам (процессам), а внутри них — по статьям калькуляции и видам продукции.

**Ключевые слова:** попередельный метод учета затрат, себестоимость, калькулирование.

#### Abstract

This article discusses the existing features of the incremental method of calculating product costs, used in industries. The basic rule of the step-by-step method is clarified, which consists in the fact that cost accounting is carried out by repartitions (processes), and within them - by costing items and types of products.

**Keywords:** incremental method of cost accounting, cost, calculation.

Попередельный метод учета затрат находит применение в тех отраслях промышленности, где для получения конечного продукта, расцениваемого как готовая продукция, исходное сырье должно последовательно пройти несколько стадий изготовления.

Результатом такой переработки становится приобретение исходным сырьем совершенно иных свойств, чем имелись в начале процесса. На выходе из каждой стадии (передела) получают какой-либо промежуточный продукт (полуфабрикат), который имеет самостоятельное значение и может быть не только использован в дальнейшем процессе производства, но и продан на сторону.

Из этих предпосылок и вытекает сущность попередельного метода. Она заключается в том, что прямые затраты отражают в текущем учете не по видам продукции, а по переделам либо стадиям производства, даже если в одном переделе можно получить продукцию разных видов.

Особенностями таких производств становятся:

- большие объемы и однородность исходного сырья;
- преобладание в процессе обработки процессов физико-химического и термического характера;
- относительная непродолжительность и непрерывность технологического процесса при наличии возможности разделения его на стадии;
- доминирование среди готовой продукции какого-то определенного ее вида, не исключающего формирования в процессе производства сопутствующих видов готовой продукции.

Примерами производств, где используется попередельный метод учета затрат, являются: металлургическое, нефтеперерабатывающее, химическое, целлюлозно-бумажное, текстильное.

Поскольку в таких производствах процесс выпуска готовой продукции состоит в основном из нескольких последовательных технологически законченных переделов, в них, как правило, исчисляют себестоимость продукции каждого передела, т.е. не только готового продукта, но и полуфабрикатов, поскольку они могут быть частично (порой в значительных размерах) реализованы на сторону в качестве готовой продукции. Кроме того, во многих случаях необходимо составлять калькуляции себестоимости отдельных видов или групп продукции, особенно если они получены из одного или однородного исходного сырья.

При определенных отраслевых различиях применение попередельного метода учета имеет ряд общих особенностей:

- производства, в которых учет организуется по передельному методу, весьма материалоемки. Поэтому учет материальных затрат организуют таким образом, чтобы обеспечить контроль за использованием материалов в производстве.
- полуфабрикаты, полученные в одном переделе, служат исходным материалом в следующем переделе. В связи с этим возникает необходимость в их оценке и передаче в стоимостном выражении на последующий передел.
- учет затрат организуется по технологическим переделам. Это позволяет определить себестоимость полуфабрикатов и обеспечить внутрипроизводственный хозрасчет, иными словами, организовать учет по местам возникновения затрат и центрам ответственности за затраты;
- затраты на остатки незавершенного производства на конец месяца распределяют на основе инвентаризации по плановой себестоимости соответствующего передела.

Таким образом, основное правило попередельного метода состоит в том, что учет затрат ведется по переделам (процессам), а внутри них — по статьям калькуляции и видам продукции. Прямые затраты учитываются по каждому переделу, а косвенные — по цеху, производству, предприятию в целом, с последующим распределением между себестоимостью продукции переделов, согласно принятым базам распределения.

Для наглядности рассмотрим пример, иллюстрирующий применение попередельного метода учёта затрат.

Производственный процесс состоит из трех этапов, на каждом из которых присутствуют затраты на обработку:

Затраты на обработку в 1-ом переделе = 20 000 рублей;

Затраты на обработку во 2-ом переделе = 15 000 рублей;

Затраты на обработку в 3-ем переделе = 25 000 рублей.

Затраты на поступающие в переработку сырье и материалы = 80 000 рублей.

После 1-го этапа образуется = 200 кг продукта, из которых = 150 кг идет в дальнейшую переработку.

После 2-го этапа образуется 100 кг продукта, из которых 80 кг идет в дальнейшую переработку.

После 3-го этапа образуется 40 кг продукта, себестоимость единицы которого необходимо определить.

Исходя из вышеизложенного, себестоимость продуктов определяется после каждого этапа производственного процесса.

После 1-го этапа затраты на 200 кг продукта составят:  $80\,000 + 20\,000 = 100\,000$  рублей.

Себестоимость 1 кг продукта:  $100\,000 / 200 = 500$  рублей.

На 150 кг, которые идут в дальнейшую переработку, приходится:  $100\,000 \times 150 / 200 = 75\,000$  рублей.

После 2-го этапа затраты на 100 кг продукта составят:  $15\,000 + 75\,000 = 90\,000$  рублей.

Себестоимость 1 кг продукта:  $90\,000 / 100 = 900$  рублей.

На 80 кг, которые идут в дальнейшую переработку, приходится:  $90\,000 \times 80 / 100 = 72\,000$  рублей.

После 3-го этапа затраты на 40 кг продукта составят:  $25\,000 + 72\,000 = 97\,000$  рублей.

Себестоимость 1 кг продукта:  $97\,000 / 40 = 2425$  рублей.

Калькулирование себестоимости продукции является объективно необходимым процессом при управлении производством. Данные о производственных затратах помогают руководству в принятии производственных решений.

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости применения поперечного метода учета затрат, который является важным элементом в общей системе калькулирования себестоимости продукции. Преобладание в этом методе расчетных способов распределения требует от организации тщательного контроля за соблюдением норм расхода сырья и иных ресурсов, необходимых для процесса производства.

\*\*\*

1. Воробьева И.А. Современные методы калькулирования себестоимости продукции и их сущность / И.А. Воробьева, И.В. Калюгина // В книге: Трансформация экономических теорий и процессов. XVI Международная научно-практическая конференция, сборник тезисов. - 2014. - С. 17-19.
2. Гаджидавудова П.М. Поперечный метод учета затрат и калькулирование себестоимости продукции / П.М. Гаджидавудова, А.М. Агаева. // В сборнике: Развитие науки и практики в глобально меняющемся мире в условиях рисков. - Москва, 2022. - С. 205-210.

**Сараева Т.С., Костева Н.Н.**

**Калькуляция себестоимости овощей, выращенных в закрытом грунте**

*ФГБОУ ВО Воронежский государственный аграрный университет  
имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-295

#### **Аннотация**

Овощеводство закрытого грунта – весьма перспективная и рентабельная отрасль сельскохозяйственного производства. В результате отсутствия сезонного характера производства урожай собирают круглогодично, что позволяет получать овощеводческим организациям стабильный доход. В условиях самофинансирования и самоокупаемости, когда для эффективного функционирования организаций необходимо соизмерение затрат с доходами, выявление «узких мест», повышение конкурентной способности выпускаемой продукции, возрастает роль калькуляции.

**Ключевые слова:** калькуляция, себестоимость, овощеводство.

#### **Abstract**

Indoor vegetable growing is a very promising and profitable branch of agricultural production. As a result of the lack of seasonal production, the harvest is harvested year-round, which allows vegetable growing organizations to receive a good income. In conditions of self-financing and self-sufficiency, when for the effective functioning of organizations it is necessary to measure costs with income, identify "bottlenecks", increase the competitiveness of products, the role of calculation increases.

**Keywords:** calculation, cost, vegetable growing.

Ведущая роль в стабильном обеспечении населения свежими овощами отводится овощеводству защищенного грунта. Рынок овощной продукции характеризуется широким товарным ассортиментом, сезонной дискретностью. Овощи, как товар, отличаются тем, что их потребительские свойства сохраняются непродолжительное время, они малотранспортабельны, а также требуют значительно больших трудовых затрат как в производственной, так и во внепроизводственной сфере.

Большое значение для повышения эффективности производства и снижения себестоимости продукции имеет строгий учет и детальный анализ издержек производства. Между учетом затрат на производство и калькулированием себестоимости продукции существует взаимосвязь, а следовательно, их следует рассматривать как единый процесс формирования себестоимости продукции. Данное обстоятельство, в свою очередь, позволяет

взаимосвязано рассматривать действующие объекты учета затрат и объекты калькулирования себестоимости.

Учет затрат в овощеводстве закрытого грунта ведется не по культурам, а по видам сооружений (аналитического счета «Теплицы зимние», «Теплицы весенние», Парники, Пленочные укрытия и т.д.).

Объектами калькуляции являются овощи отдельных видов, рассада овощных культур. Калькуляционными единицами являются: 1 ц овощей, 1000 шт. рассады.

Организации, выращивающие продукцию защищенного грунта, имеют следующую структуру аналитических счетов:

- первый уровень - виды специализированных тепличных сооружений;
- второй уровень - виды выращиваемых культур;
- третий уровень - сортовые и качественные характеристики культур.

Поскольку в теплицах и парниках выращиваются разные овощи, то для исчисления их себестоимости затраты по выращиванию необходимо распределить на конкретные культуры. В состав затрат по овощеводству закрытого грунта могут включаться расходы на содержание пчел, необходимых для опыления культур, поэтому распределению подлежат затраты по теплицам за исключением стоимости продукции пчеловодства, исчисленной по ценам реализации. Оставшиеся затраты уменьшают на стоимость ботвы, оцененной по нормативам затрат на уборку и распределяются на виды овощей пропорционально выручки от реализации продукции. Так как цены не являются обоснованной базой, поэтому затраты целесообразнее распределить пропорционально количеству квадратных метро-дней (в теплицах) или количеству рама-дней (в парниках).

Квадратные метро-дни – это количество м<sup>2</sup> площади, занимаемой культурой, умноженное на количество дней выращивания культуры (вегетационный период).

Рамо-дни – это произведение количества рам, занятое под каждой культурой на число дней вегетационного периода (выращивания в парнике). Количество рамо-дней определяют путем умножения числа рам, занятых под культурой на количество дней ее вегетационного периода.

Себестоимость единицы продукции по каждой культуре определяют путем деления общей суммы затрат, отнесенной на культуру, на количество полученной продукции.

Пример: Сумма затрат по уходу за растениями в зимней теплице составила 827000руб. Исчислите себестоимость огурцов, томатов, лука представим в таблице 1.

Таблица 1

## «Исчисление себестоимости овощей закрытого грунта».

Культура	Площадь посева, м	Вегетационный период	Получен урожай, ц.	Количество метро-дней	Затраты на рассаду, семена, руб.	Затраты по уходу, руб.	Затраты на продукцию, руб.	Факт. себестоимость продукции, руб
Огурцы	22000	150	2300	3300000	5000	570900	575900	250,39
Томаты	11000	120	2080	1320000	3000	228360	231360	826,29
Лук	2000	80	527	160000	4000	27740	31740	60,23
Итого	X	X	X	4780000	X	827000	X	X

Исчисление фактической себестоимости делают в такой последовательности:

1. определить квадратных метро-дней по каждой культуре (например, по огурцам эта сумма  $3300000=2200*150$ );
2. определить сумму затрат по уходу за растениями на 1 квадратный метро-день путем деления итоговой суммы на общее количество квадратных метро-дней. В результате получаем 0,173руб. ( $827000/4780000$ );
3. распределить затраты по уходу за растениями на каждый вид продукции, т е 0,173 умножить на количество квадратных метро-дней по каждой культуре. По огурцам это составит 570900 ( $0,173*3300000$ );
4. определить сумму затрат на каждый вид продукции, к стоимости рассады прибавить сумму затрат по уходу за растениями. По огурцам эта сумма составит 575900руб. ( $570900+5000$ );
5. рассчитать фактическую себестоимость 1ц. каждого вида овощей так: фактическая себестоимость 1ц. огурцов составит 250,39 ( $575900:2300$ ).

Данные о выращенной продукции вносят в дневник поступления продукции закрытого грунта. Чтобы определить себестоимость овощей, нужно суммы затрат на возделывание культуры и уборку урожая разделить на массу полученных овощей. Себестоимость конкретного вида продукции складывается из прямых затрат, отнесенных на данный вид продукции, и общих затрат, которые подлежат распределению.

Рынок овощной продукции характеризуется широким товарным ассортиментом, качественной неоднородностью продукции, сезонностью, то есть существенными различиями в объемах товаропотоков, несовпадением времени спроса и предложения, а также значительных трудовых затрат. В связи с этим важное значение для повышения эффективности производства и снижения себестоимости овощей закрытого грунта имеют строгий учет и детальный анализ издержек производства.

\*\*\*

1. Познякевич, В. Н. Учет затрат, выхода продукции овощей закрытого грунта и калькулирование ее себестоимости / В. Н. Познякевич, И. А. Хитрова // Моя бухгалтерия. Сельское хозяйство. – 2022. – № 4 – С. 12–19. <https://rep.barsu.by/handle/data/9707>
2. Методические рекомендации по учету затрат и калькулированию себестоимости сельскохозяйственной продукции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mail.lawbelarus.com/002553>
3. Н.Н. Бондина, И.А. Бондин, И.В. Павлова, О.В. Лаврина. Учет затрат и калькулирование себестоимости. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – 254 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=391322>

**Селиверстов М.В., Миненко А.В.**

**Возникновение крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе: причины и последствия**

*ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет  
(Россия, Барнаул)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-296*

#### **Аннотация**

В статье рассматривается проблема возникновения крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе, анализируются её причины и последствия. особое внимание уделяется негативным аспектам этого явления, таким как концентрация власти и ресурсов, неравенство доходов, зависимость от экспорта, экологические проблемы, коррупция, снижение качества продукции, ухудшение условий труда, монополизация рынка и влияние на политическую систему. Предлагаются рекомендации по преодолению этих проблем, включая развитие конкуренции, поддержку малого и среднего бизнеса, контроль за концентрацией земель, улучшение условий труда, экологическое регулирование, борьбу с коррупцией, повышение прозрачности и международное сотрудничество.

**Ключевые слова:** Агропромышленный комплекс, землевладение, монополизация рынка, условия труда, экология, международное сотрудничество.

### Abstract

The article examines the problem of the emergence of large landowners in the agro-industrial complex, analyzes its causes and consequences. Particular attention is paid to the negative aspects of this phenomenon, such as the concentration of power and resources, income inequality, dependence on exports, environmental problems, corruption, declining product quality, deteriorating working conditions, market monopolization and the impact on the political system. Recommendations are offered to overcome these problems, including promoting competition, supporting small and medium-sized businesses, controlling land concentration, improving working conditions, environmental regulation, fighting corruption, increasing transparency and international cooperation.

**Keywords:** Agro-industrial complex, land tenure, market monopolization, working conditions, ecology, international cooperation.

Актуальность исследования возникновения крупных землевладельцев, доминирующих в агропромышленном комплексе, обусловлена несколькими ключевыми факторами. Во-первых, сельское хозяйство играет значительную роль в экономике многих стран, обеспечивая продовольственную безопасность и занятость населения. Во-вторых, в последние годы наблюдается рост интереса к инвестициям в агропромышленный комплекс со стороны крупных предпринимателей, что может привести к формированию новых олигархических структур. Исследование этого процесса позволит лучше понять механизмы формирования и функционирования таких структур, а также их влияние на экономику и общество [1; 3; 6].

Методологические подходы к исследованию возникновения крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе включают в себя:

1. Системный подход позволяет рассматривать объект исследования как сложную систему, состоящую из множества взаимосвязанных элементов. Это помогает анализировать структуру и динамику развития агропромышленного комплекса, а также выявлять факторы, способствующие возникновению крупных землевладельцев.
2. Исторический подход даёт возможность проследить эволюцию аграрных отношений и выявить закономерности формирования структур крупных землевладельцев в разные исторические периоды.
3. Сравнительный подход позволяет сопоставить процессы возникновения крупных землевладельцев в разных странах и регионах, выявить общие черты и особенности этих процессов.
4. Социологический подход акцентирует внимание на социальных аспектах возникновения крупных землевладельцев, включая социальные связи, социальные сети и социальные институты.
5. Экономический подход рассматривает возникновение крупных землевладельцев через призму экономических факторов, таких как концентрация капитала, монополизация рынка и государственное регулирование экономики.
6. Правовой подход анализирует правовую основу деятельности структур крупных землевладельцев, включая законодательство о собственности, налогах и антимонопольное законодательство.

Выбор конкретных методологических подходов зависит от целей и задач исследования, а также от доступных источников информации.

Мнения общества относительно возникновения крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе могут варьироваться в зависимости от страны и культурных особенностей. В некоторых случаях, общество может воспринимать появление таких субъектов как естественное следствие рыночной экономики и процесс концентрации капитала. В других

случаях, общество может видеть в этом угрозу демократии и социальной справедливости, считая, что олигархические структуры имеют слишком большое влияние на политику и экономику страны [5; 7].

Важно отметить, что мнения общества формируются под влиянием различных факторов, включая средства массовой информации, образование, личный опыт и культурные установки. Поэтому, для получения более точной картины общественного мнения, необходимо проводить социологические исследования или анализировать данные опросов общественного мнения.

Сравнение возникновения крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе между различными странами может выявить интересные тенденции и различия. Например, в Китае и России, где сельское хозяйство играет важную роль в экономике, многие крупные землевладельцы начали свой путь с основания крупных сельскохозяйственных компаний. В то время как в США и Европе, где сельское хозяйство менее сконцентрировано в руках нескольких крупных игроков, предприниматели часто приходят из других секторов экономики, таких как технологии или финансы, и затем инвестируют в агробизнес [2; 5].

В Китае, например, многие крупные хозяйствующие субъекты в агросекторе связаны с производством и переработкой сельскохозяйственной продукции, такой как свинина и птица.

В США и Европе, напротив, предприниматели в агросектор часто приходят из других отраслей, таких как технологии или финансы. Например, семья Резников, владеющая The Wonderful Company, начала свой путь с выращивания гранатов и производства фруктовых соков, прежде чем расширить свой бизнес на другие сельскохозяйственные направления.

Эти различия могут быть обусловлены историческими, культурными и экономическими особенностями каждой страны. В Китае, например, быстрый экономический рост и урбанизация привели к увеличению спроса на сельскохозяйственную продукцию, что создало возможности для появления магнатов в агросекторе. В США и Европе, с другой стороны, сельское хозяйство традиционно было менее концентрированным, и предприниматели в этой сфере часто приходят из других секторов экономики [4].

Проблемы, связанные с возникновением крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе, могут включать в себя следующие аспекты:

1. Концентрация власти и ресурсов: Структуры агробизнеса могут иметь значительное влияние на политическую и экономическую жизнь страны, что может привести к снижению уровня конкуренции и ограничению доступа к ресурсам для малого и среднего бизнеса.
2. Неравенство доходов: Концентрация богатства в руках небольшого числа людей может привести к росту социального неравенства и бедности среди населения.
3. Зависимость от экспорта: В некоторых случаях, структуры магнатов могут быть сильно зависимы от экспорта сельскохозяйственной продукции, что делает их уязвимыми к колебаниям мировых цен и изменениям в торговой политике.
4. Экологические проблемы: Стремление к максимизации прибыли может привести к чрезмерной эксплуатации природных ресурсов и ухудшению экологической ситуации.
5. Коррупция и лоббирование интересов: Структуры агробизнесменов могут использовать свое влияние для лоббирования своих интересов в правительстве, что может привести к принятию законов и политик, выгодных только для них.
6. Снижение качества продукции: Стремление к снижению издержек может привести к использованию некачественных материалов и нарушению стандартов безопасности продукции.
7. Ухудшение условий труда: В некоторых случаях, структуры магнатов могут пренебрегать правами работников, устанавливая низкие зарплаты и плохие условия труда.

8. Монополизация рынка: Концентрация власти и ресурсов в руках небольшого числа лиц может привести к монополизации рынка, что снижает конкуренцию и ограничивает выбор для потребителей.
9. Влияние на политическую систему: Структуры могут оказывать значительное влияние на политические решения, что может привести к снижению прозрачности и подотчетности в управлении государством.

Рекомендации по преодолению проблем, связанных с возникновением крупных землевладельцев в агропромышленном комплексе, могут включать следующие меры:

1. Развитие конкуренции: Стимулирование развития малого и среднего бизнеса в агропромышленном секторе может способствовать снижению концентрации власти и ресурсов в руках нескольких крупных холдингов.
2. Регулирование монополий: Введение антимонопольного законодательства и контроль за соблюдением правил конкуренции могут предотвратить монополизацию рынка.
3. Поддержка малого и среднего бизнеса: Предоставление субсидий, налоговых льгот и других мер поддержки малым и средним предприятиям в агропромышленном секторе может способствовать их развитию и укреплению позиций на рынке.
4. Контроль за концентрацией земель: Ограничение максимального размера земельных участков, находящихся в собственности одного лица или компании, может предотвратить чрезмерную концентрацию ресурсов в руках холдингов.
5. Улучшение условий труда: Внедрение стандартов безопасности и гигиены труда, а также повышение минимальной заработной платы могут улучшить условия труда работников в агропромышленном секторе.
6. Экологическое регулирование: Введение строгих экологических стандартов и контроль за их соблюдением могут снизить негативное воздействие агропромышленного производства на окружающую среду.
7. Борьба с коррупцией: Усиление контроля за деятельностью государственных органов и должностных лиц, а также ужесточение наказания за коррупционные действия могут снизить влияние холдинговых структур на принятие политических решений.
8. Повышение прозрачности: Обеспечение прозрачности в деятельности агропромышленных компаний, включая раскрытие информации о собственниках и структуре управления, может повысить доверие к отрасли и снизить риск коррупции.
9. Образование и информирование: Повышение осведомленности общественности о проблемах, связанных с концентрацией власти и ресурсов в руках владельцев холдингов, может стимулировать общественное давление на правительство и бизнес-сообщество для принятия соответствующих мер.
10. Международное сотрудничество: Сотрудничество с международными организациями и другими странами в области борьбы с коррупцией, защиты прав человека и охраны окружающей среды может способствовать обмену опытом и разработке совместных стратегий.

Выводы на основе обобщения вышеуказанных результатов исследования можно сформулировать следующим образом:

1. Возникновение холдингов в агропромышленном комплексе является сложным процессом, который может иметь как положительные, так и отрицательные последствия для экономики и общества.
2. Проблемы, связанные с возникновением холдингов, включают концентрацию власти и ресурсов, неравенство доходов, зависимость от экспорта, экологические проблемы, коррупцию, снижение качества продукции,

ухудшение условий труда, монополизацию рынка и влияние на политическую систему.

3. Для преодоления этих проблем необходимо принимать комплексные меры, направленные на развитие конкуренции, поддержку малого и среднего бизнеса, контроль за концентрацией земель, улучшение условий труда, экологическое регулирование, борьбу с коррупцией, повышение прозрачности и международное сотрудничество.
4. Реализация этих мер требует активного участия государства, бизнеса и общества. Только совместными усилиями можно создать условия для устойчивого развития агропромышленного комплекса и предотвращения возникновения олигополии в лице нескольких крупных агрохолдингов.

\*\*\*

1. Булатов, А. С. Современная российская экономическая модель и ее внешнеэкономические аспекты / А. С. Булатов // Россия и современный мир. – 2020. – № 2(107). – С. 158-168. – DOI 10.31249/rsm/2020.02.09. – EDN MNJOVN.
2. Жежко-Браун, И. В. Разбуженный капитализм: как американские олигархи "спасают" демократию / И. В. Жежко-Браун // Идеи и идеалы. – 2022. – Т. 14, № 3-1. – С. 139-174. – DOI 10.17212/2075-0862-2022-14.3.1-139-174. – EDN PJYJBJ.
3. Журавлева, Т. А. Появление олигархата в России и его роль в экономике / Т. А. Журавлева, Е. М. Семенова // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2023. – № 6. – С. 28-32. – EDN RZQRIZ.
4. Журавлева, Т. А. Проблемы показного потребления в России и роль олигархов / Т. А. Журавлева, Е. М. Семенова // Прикладные экономические исследования. – 2024. – № 1. – С. 206-212. – DOI 10.47576/2949-1908.2024.1.1.026. – EDN OQQQNR.
5. Олигархи и их влияние в стране / Д. Р. Аюбов, В. В. Борисенко, В. В. Винаев, Д. А. Дейнега // Управление экономикой, системами, процессами : сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 25–26 октября 2019 года. Том Часть I. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2019. – С. 46-48. – EDN VNWGWC.
6. Сидоркина, М. А. Проблема неиспользуемых сельскохозяйственных земель России: причина и решение / М. А. Сидоркина // Наука. Общество. Государство. – 2021. – Т. 9, № 1(33). – С. 131-138. – DOI 10.21685/2307-9525-2021-9-1-17. – EDN OMMXAJ.
7. Струченков, А. В. Отношение жителей России к крупному бизнесу / А. В. Струченков // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий : МАТЕРИАЛЫ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Донецк, 03–04 июня 2021 года. – Донецк: Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, 2021. – С. 51-53. – EDN NRRWUL.

**Сердюк Е.А., Тюрина Н.А.**

**Международная валютная ликвидность: современные проблемы**

*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-297*

*Научный руководитель: Бичева Е.Е.*

#### **Аннотация**

В данной статье рассмотрены проблемы международной валютной ликвидности и их влияние на экономику в целом. Также проведен анализ причин изменчивого распределения валютных резервов между различными странами, выявлены возможные потери и международные дисбалансы мировой денежной системы. Статья представляет пути решения, ряд мер и предложений для эффективного распределения мировой денежной массы, в условиях современных нововведений на финансовых рынках.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, криптовалюта, современные проблемы, ликвидность, денежная система, валютная ликвидность.

**Abstract**

This article examines the problems of international currency liquidity and their impact on the economy as a whole. An analysis of the causes of the volatile distribution of foreign exchange reserves between different countries was also carried out, possible losses and international imbalances of the global monetary system were identified. The article presents solutions, a number of measures and proposals for the effective distribution of the global money supply, in the context of modern innovations in financial markets.

**Keywords:** digital technologies, cryptocurrency, modern problems, liquidity, monetary system, currency liquidity.

Международные валютные отношения возникли с началом функционирования денег в международном платежном обращении. На протяжении истории менялись формы мировых денег и условия международных расчетов. В то же время возрастало значение мировой валютной системы, и возрастала степень ее относительной независимости.

В настоящее время на экономическую политику всех без исключения государств большое влияние оказывают процессы, происходящие в сфере международных финансов. Естественное стремление к рационализации этих процессов привело к формированию международной валютной системы и мировой валютной системы.

Международная валютная ликвидность - это важный аспект, регулирующий мировую финансовую систему. Она обеспечивает мировые платежи, даёт возможность странам исполнять свои внешние обязательства. За последнее время, в условиях геополитических сложностей, возникают и оказывают отрицательное влияние проблемы, порождающие кризис на мировом рынке. [5]

Различают количественный и качественный аспекты международной ликвидности.

Количественная сторона определяет объем средств, которые могут быть использованы для урегулирования претензий и обязательств между странами, качественная сторона указывает на степень их пригодности для этих целей. Если вопрос о количестве ликвидных средств может быть решен простым увеличением объема резервных валют, то для их качественного улучшения требуется трансформация основ международной валютной системы.

Для эффективного управления международной ликвидностью необходимо учитывать как количественные, так и качественные аспекты. Например, страны могут расширять свои валютные резервы для увеличения количественной ликвидности и одновременно принимать меры для укрепления стабильности экономики и доверия к своей валюте для улучшения качественной ликвидности.

Сбалансированное управление количественными и качественными аспектами международной ликвидности способствует стабильности финансовой системы, обеспечивает надежность международных транзакций и улучшает инвестиционный климат. Эти аспекты взаимосвязаны и требуют внимания как со стороны государственных и финансовых институций, так и от частных участников рынка для обеспечения эффективного функционирования международной финансовой системы.

Международная валютная ликвидность напрямую связана с мировыми финансовыми институтами, такими как Международный валютный фонд (МВФ) и Всемирный банк. Эти организации играют важную роль в поддержании стабильности мировой финансовой системы и обеспечении доступности валют для стран-участников. Через свои кредитные программы и фонды поддержки, МВФ и Всемирный банк способствуют укреплению международной валютной ликвидности и стимулируют мировую экономику.

Одним из основных критериев оценки международной ликвидности является оценка изменений размера и структуры резервов капитала за определенный период времени.

К основным операциям с резервами капитала относятся:

- покупка или продажа иностранной валюты путем интервенции центрального банка на валютном рынке. Основной функцией в данном случае является нормализация обменного курса национальной валюты;
- своевременная выплата комиссионных и предоставление услуг государственной безопасности;
- операции по финансированию существующего дефицита, возникшего в ходе внешнеторговых операций;
- кредиты и услуги, полученные в результате международных финансовых операций.

Поддержание необходимого уровня валютных резервов центрального банка определяет проведение следующих операций:

- покупка монетного золота или иностранной валюты;
- компенсация дефицита резервов путем получения прибыли от операций с драгоценными металлами или иностранной валютой;
- привлечение средств от международных финансовых институтов, частных кредиторов или иностранных банковских учреждений

Структура международной валютной ликвидности включает в себя следующие компоненты:

- официальные валютные резервы страны;
- официальные золотые резервы;
- резервную позицию в МВФ (право страны-члена автоматически получить безусловный кредит в иностранной валюте в пределах 25% от ее квоты в МВФ);
- счета в СДР.

Высоколиквидные финансовые активы, принадлежащие центральным банкам и правительствам стран, называются резервными активами. Они состоят из активов в иностранной валюте (наличные, депозиты, иностранные ценные бумаги), монетарного золота (в слитках), специальных прав заимствования (СДР — Special Drawing Rights), резервной позиции в МВФ.

Валютные резервы постепенно вытеснили золото в качестве основного резервного актива, но основной проблемой остается определение моделей перевода резервного статуса в определенные валюты. Функция международных денег вытекает из функций измерения средств обмена, стоимости и сбережений. Использование единой валюты или ограниченного набора валют для международных расчетов и в качестве основной валюты для конверсионных операций более эффективно, чем торговые операции, основанные на паре валют. Использование единой валюты в качестве базовой позволяет свести к минимуму количество валютных рынков, на которых необходимо осуществлять операции. Таким образом, из-за уменьшения количества рынков с отдельными валютами, увеличивается объем транзакций, а следовательно, снижаются транзакционные издержки.

Международная валютная ликвидность выполняет три функции:

1. средство образования ликвидных активов,
2. средство международных платежей (в основном для покрытия дефицита платежного баланса),
3. средство интервенции.

Основным недостатком международной валютной ликвидности является неоднородное распределение валютных резервов между различными странами, что в последствии приводит к дисбалансу на мировом финансовом рынке и формированию кризисного положения. [3]

Ещё одной из проблем, является, то, что доллар является основной резервной валютой мира, а это создает зависимость от США и риски для других стран. В условиях ухудшения отношений между странами и усиления национализма возникает опасность де-долларизации и

дефицита долларов на мировых рынках. Это может привести к финансовым потрясениям и кризисам. Данную ситуацию, можно наблюдать в наше время.[1]

Следующим фактором, влияющим на реализуемость валюты, является прогрессирующий уровень государственного долга развивающихся стран, за счёт этого может образоваться неоправданный риск дефолта. Это способствует образованию кризисов и порождает платежные проблемы мирового уровня. [2]

Усиление влияния цифровых технологий на финансовый рынок и образование различных видов криптовалют- самая актуальная проблема нашего времени, в области ликвидности мировых валют. На основе графиков, будут предложены пути преодоления и снижения их значимости. [4]

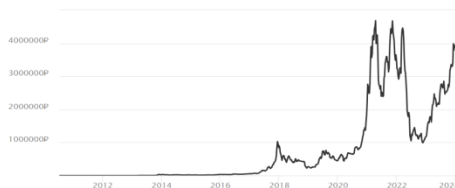


Рисунок 1. Изменение стоимости криптовалюты во времени.

Проанализировав график, мы видим, что цена Bitcoin на протяжении последних лет достигают высоких показателей. Следовательно, данная валюта пользуется большим спросом. Рассмотрим график оборота данной валюты за последний год, чтобы определить масштаб проблемы.

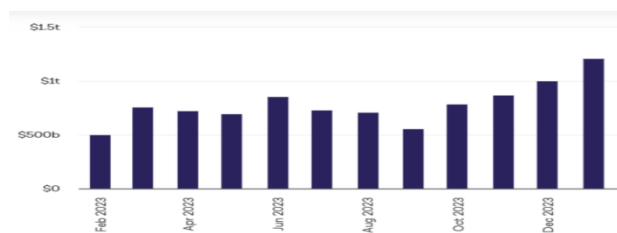


Рисунок 2. Вовлеченность в оборот Bitcoin

На основании данных графика, можно проследить тенденцию возрастания показателей, которые в конце года превышают 1 триллиона долларов. Некоторые развивающиеся государства хотят в будущем ввести криптовалюту, как национальную валюту страны. Для предотвращения это и снижения валютной ликвидности предлагаются следующие пути решения:

1. Разработать программы поддержки развивающихся стран и механизмы снижения долговых нагрузок.
2. Укрепить сотрудничество между странами по вопросам валютной политики.
3. Повысить прозрачность финансовых рынков мирового уровня.

На основе выше изложенного, можно сделать вывод о том, что международная валютная ликвидность играет важную роль в мировой экономике, связанные с ней проблемы, требуют предельной внимательности. Требуется постоянно совершенствовать финансовый механизм, для устойчивого развития всех стран.

\*\*\*

1. Красноперов Д. А. Валютная ликвидность в условиях нормирования ликвидности банковского сектора в России / Д.А. Красноперов – М.: Издательство Вестник Финансового университета, 2019. - С. 8-21.
2. Павлов В.С. Роль валютной ликвидности в функционировании финансовой системы / В.С. Павлов, А.Д. Куц - М.: Издательство Финансы и статистика, 2020 – 89с.
3. Голубовская М. В. Взаимодействие денежной и валютной ликвидности в системе межбанковских расчетов / М.В. Голубовская // Экономика и управление: проблемы и решения, 2019 - С. 82-86.

4. Демидова Е.Д. Оценка валютной ликвидности рынка криптовалют / Е.Д. Демидова – М.: ИНФРА-М 2020. - С. 22-30.
5. Калинина Е.А. Валютная ликвидность: понятие и методы оценки / Е.А. Калинина - 2018.- С.42-50.

**Симкин А.З., Можаяева Т.П., Сафронова Т.Ф.**

**Идентификация показателей результативности мотивационных процессов системы менеджмента качества организации**

*ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет»  
(Россия, Брянск)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-298

**Аннотация**

В статье рассматривается подход к идентификации показателей результативности мотивационных процессов системы менеджмента качества организации. Аргументируется целесообразность применения рассматриваемого подхода к разработке показателей результативности мотивационных процессов.

**Ключевые слова:** система менеджмента качества, процессы управления человеческими ресурсами, трудовая мотивация, мотивационные процессы, показатели результативности, концепция управления человеческими ресурсами, двойственная природа человеческих ресурсов.

**Abstract**

The article discusses an approach to identifying performance indicators of motivational processes in an organization's quality management system. The expediency of using the approach under consideration to the development of indicators of the effectiveness of motivational processes is argued.

**Keywords:** quality management system, human resource management processes, work motivation, motivational processes, performance indicators, human resource management concept, dual nature of human resources.

Организация для успешного функционирования своей системы менеджмента качества (СМК) должна постоянно улучшать ее результативность, в том числе результативность ее мотивационных процессов, рассматриваемых как подпроцессы в реестре процессов управления человеческими ресурсами. Однако многие организации, имеющие формальное подтверждение результативности своей СМК, не могут однозначно констатировать вклад мотивационных процессов в достижение заявленных показателей, в том числе в области качества.

Изучение предметных публикаций продемонстрировало наличие у научного сообщества дифференцированности в подходах к определению классифицирующего критерия рассматриваемого управленческого явления. Автор статьи [1], в частности склоняется к выбору в качестве классифицирующего критерия результата мотивационных процессов качество труда персонала, выраженное через частные показатели – уровень производительности труда, уровень компетентности персонала и пр. Другой ученый [2] заявляет результатом корректно разработанных мотивационных процессов их долевого вклад в итоговый результат функционирования СМК – качество выпускаемой продукции. При этом система вознаграждения, выраженная через параметры удовлетворенности работников различными аспектами трудовой деятельности (заработной платой, содержанием и значимостью труда и пр.), рассматривается в качестве стимула, инициирующего реализацию мотивационных процессов [2].

Однако, применяя на практике данные подходы в реализации мотивационных процессов, приходится констатировать тот факт, что, внедрив в организацию систему вознаграждения, работодатель не всегда получает ожидаемые результаты. Как представляется, это связано, в том числе с недостаточной разработанностью мотивационных процессов,

учитывающих специфику концепции управления человеческими ресурсами, используемой в настоящее время в моделях СМК, и природу объекта управления – человеческих ресурсов.

Анализ литературы и практик в данной предметной области объясняет сложности в идентификации и достижении показателей результативности мотивационных процессов, исходя из следующих допущений [1-4]:

- отсутствие в действующих международных и национальных стандартах общепринятой трактовки понятия «мотивация», что затрудняет осуществление унификации данного вида деятельности, в том числе определение показателей результативности;
- недооценка установления в контексте процессного подхода природы человеческих ресурсов, что не позволяет корректно структурировать объект управления;
- игнорирование неоднородности кадровых процессов с различными поставщиками и потребителями, что приводит к отказу от реализации интересов одной из заинтересованных сторон (работодателя или работника).

Управление мотивационными процессами в СМК организации, в первую очередь, предусматривает принятие терминологии, которая будет использоваться при разработке исследуемой модели. Изучение действующих международных и национальных стандартов (ISO 30434:2023, ГОСТ Р ИСО 9000 – 2015, ГОСТ Р 70622 – 2022 и т. д.) продемонстрировало упоминание в тексте терминологии без ее конкретизации. В зарубежной и отечественной литературе по менеджменту понятие «трудовая мотивация» имеет различные определения. В рамках данного исследования, учитывая многогранность изучаемого управленческого явления, в качестве базового критерия «мотивации» представляется целесообразным рассматривать вид деятельности – процесс в системе кадрового менеджмента организации, а к управлению им подходить с позиций процессного подхода.

Кадровые процессы в СМК осуществляются в настоящее время в контексте концепции управления человеческими ресурсами. Модель приверженности («гибкая» модель) концепции управления человеческими ресурсами рассматривает работника в виде ценного ресурса, разделяющего ценности организации и демонстрирующего приверженность им, если между интересами персонала и работодателя соблюден компромисс [3]. В этой связи деятельность, направленная на гармонизацию организационных и персональных ценностей работодателя и работника, может рассматриваться как одно из условий в достижении результативности мотивационных процессов.

Моделирование мотивационных процессов предусматривает определение их параметров, в том числе природу объекта управления – человеческих ресурсов. В рамках данного исследования перспективным является принятие двойственности природы человеческих ресурсов [3]: с одной стороны, персонал является специфическим ресурсом и выступает в виде поставщика своих квалификационных характеристик потребителю – работодателю для достижения им корпоративных целей, в том числе в области качества; с другой стороны, персонал является внутренним потребителем системы вознаграждения, которую поставщик – работодатель предлагает ему за качественный и производительный труд.

Исходя из двойственной природы человеческих ресурсов, мотивационные процессы отличаются неоднородностью, в частности [4]:

- «ресурсные процессы», где в качестве поставщика выступает персонал, а в качестве потребителя – организация;
- «процессы внутреннего потребителя», где в качестве поставщика выступает организация, а в качестве потребителя – персонал;
- «процессы гармонизации», направленные на приведение в состояние сбалансированности взаимные интересы работника и работодателя, где персонал и организация одновременно выступают поставщиком и потребителем.

Интегрирую предлагаемые подходы, мотивацию персонала можно рассматривать как кадровый процесс гармонизации персональных и организационных ценностей работника и работодателя на основе реализуемой системы вознаграждения, направленный на обеспечение удовлетворенности персонала своим положением в организации, а организации – качеством труда работника [4]. В контексте данной трактовки результативность мотивационных процессов уместно рассматривать, ориентируясь на их целевое предназначение в СМК. Результаты мотивационных процессов, ориентированные на гармонизацию взаимных запросов и ожиданий работодателя и работника, выражаются через следующие параметры: удовлетворенность работодателя ( $U_o$ ) качеством труда персонала организации, разделяющего декларируемые организацией ценности, в том числе в области качества; удовлетворенность работника ( $U_p$ ) системой вознаграждения, предлагаемой ему организацией за качественный труд и приверженность организационным ценностям.

В свою очередь, результаты мотивационных процессов декомпозируются на частные показатели результативности (производительность труда, компетентность, приверженность организации, текучесть кадров и пр.). В виду этого результативность мотивационных процессов ( $P_m$ ) можно представить в виде функции от параметров удовлетворенности работодателя и работников, выраженных через частные показатели ( $K_a, \dots, K_n$ ):  $P_m = f(U_p, U_o) = f(K_a, \dots, K_n)$ .

Рассматриваемый подход позволяет снизить уровень неопределенности в реализации мотивационных процессов, разработать показатели их результативности, ориентированные на удовлетворение организации ресурсом, выраженным в компетентности персонала, и обеспечение высокого уровня качества труда, а также на удовлетворение персонала системой вознаграждения, предлагаемой организацией.

\*\*\*

1. Лукьяненко М.С. Направления совершенствования механизма мотивации персонала в системе менеджмента качества / М.С. Лукьяненко // *Промышленность: экономика, управление, технологии.* – 2017. - № 1(65). - С. 18-22.
2. Леонова Т.И. Модель мотивации персонала в системе менеджмента качества / Т.И. Леонова, М.В. Селиванова // *Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук.* – 2016. - № 20(2). – С.50-52.
3. Можаяева Т.П. Трудовая мотивация персонала в контексте процессного подхода / Т.П. Можаяева, А.З. Симкин, А.С. Проскурин // *Отечественный и зарубежный опыт обеспечения качества в машиностроении: IV Всеросс. науч.-техн. конф. с междунар. участ.* – Тула: Изд-во ТулГУ, 2023. - С. 274-277.
4. Можаяева, Т.П. Мотивационные процессы системы менеджмента качества: монография / Т.П. Можаяева, А.З. Симкин, А.С. Проскурин – Брянск: БГТУ, 2023. – 183 с.

**Синекопова И.В.**

**Мотивация и стимулирование труда в организации**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный  
экономический университет»  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-299

*Научный руководитель: Динукова О.А.*

#### **Аннотация**

Мотивация и стимулирование труда является важным аспектом работоспособности персонала, включающим в себя многие факторы, которые стоит учитывать во избежание проблем с эффективностью финансовой результативности. Именно мотивация сотрудников может стать ключевым и решающим фактором для развития и улучшения производительности труда и выработке персонала

#### **Ключе**

**вые слова:** мотивация, стимулирование, мотивационная политика, персонал.

**Abstract**

Motivation and stimulation of labor is an important aspect of staff efficiency, which includes many factors that should be taken into account in order to avoid problems with the effectiveness of financial performance. It is the motivation of employees that can become a key and decisive factor for the development and improvement of labor productivity and staff development

**Keywords:** motivation, stimulation, motivational policy, personnel.

Мотивация и стимулирование труда – два ключевых аспекта, которые детерминируют эффективность работы в организации. Они направлены на то, чтобы у работников был интерес и желание выполнять свои обязанности наилучшим образом и достигать поставленных целей. Хорошо поставленная система мотивации и стимулирования труда способна значительно повысить результативность и продуктивность труда, а также улучшить рабочую атмосферу.

Мотивация – это внутренняя потребность к достижению определенных целей или получению определенного вознаграждения. Она может быть связана с личными амбициями, финансовой независимостью, признанием и поощрением. Необходимо учитывать, что мотивация может быть различной у разных сотрудников. Одних можно мотивировать финансовыми поощрениями, другие нуждаются в уважении и признании за свои достижения. Поэтому важно создать гибкую систему мотивации, которая учитывает индивидуальные потребности каждого работника.

Система стимулирования труда также играет огромную роль в повышении эффективности работы в организации. Стимулы могут быть материальными и нематериальными. Материальные стимулы включают премии, бонусы, повышение зарплаты. Они прямо влияют на доход работников и могут быть мощным мотиватором для улучшения результатов. Однако не следует забывать и о нематериальных стимулах, таких как возможности карьерного роста, поощрение за достижения, интересные и сложные задачи. Все это может быть сильным фактором, который побуждает сотрудников к лучшим результатам.

Важно понимать, что мотивация и стимулирование труда – процесс, требующий постоянного внимания и адаптации. Вместе с изменением общей ситуации в организации, система мотивации и стимулирования труда должна быть гибкой и готовой к изменениям. Возможно, потребуются переосмысление и корректировка существующих механизмов и приемов стимулирования в соответствии с новыми условиями.

Мотивация сотрудников хозяйствующего субъекта является ценным активом для организации, они составляют большой процент для успеха организации и во многом могут повлиять на финансовые результаты предприятия. Мотивация является эфемерным показателем и измерить ее довольно трудно, поэтому руководству следует осознавать, что все сотрудники – это индивидуумы, к которым нужен разный подход, и только после этого вовлеченные сотрудники, которым становится важен и близок успех компании, смогут принести наибольшую выработку и пользу. Следовательно, для эффективной политики мотивации сотрудников стоит подходить с разных сторон и понимать психологические и личностные типы и способы мотивации. В современных реалиях с повышенным интересом к психологии личности появляются все больше количество методик и литературы, направленных на различные стратегии и приемы, которыми могут пользоваться руководители.

Таблица 1

*Вида мотивации*

<i>Внутренняя</i>	<i>Внешняя</i>
<i>Индивид мотивируется внутри, у него присутствует желание работать хорошо и качественно, потому цели и убеждения компании перекликаются с его ценностями. Обычно сильнейшими факторами для мотивации является именно укореившиеся убеждения человека. Такие работники чаще всего проявляют желание добиться успеха.</i>	<i>Это вид мотивации подразумевает, что главными причинами для качественной работы являются вознаграждения и признания. Для таких людей нехватка внутренней мотивации восполняется внешней для выполнения поставленных задач.</i>

Именно стимулирование персонала является одной из важнейших задач менеджера, так как это входит в его функционал, через который он может влиять на цели, поставленные сотрудниками и организацией. Правильный набор методов, выстраивание правильных условий и использование внешних факторов, побуждают работников к более эффективной и продуктивной деятельности и раскрывает их трудовой потенциал.

Мотивация является сложным организационным процессом и имеет ряд особенностей, о которых стоит помнить при применении того или иного метода стимулирования персонала:

1. Мотивация – является психологическим феноменом, который по-разному может откликаться у разных типов личности. Это внутреннее чувство, которое в отличающихся обстоятельствах может побудить человека поступать тем или иным образом.
2. Мотивация может и отрицательно влиять на сотрудника. Мотивация, построенная на выговорах, предупреждениях, может снизить мотивацию сотрудника стараться и работать более качественно, ведь для некоторых такие способы мотивирования могут сыграть в отрицательную сторону. Радикальная отрицательная мотивация имеет больше отрицательных качеств, чем положительных.
3. Мотивация должна быть непрерывной, так как этот процесс довольно продолжительный. При прекращении или смене человеческих потребностей может возникать диссонанс, который может пошатнуть работоспособность персонала.

Очень часто именно мотивация компании может повлиять на переход сотрудника в другую компанию. Хорошее отношение и благоприятные условия труда могут сильно повлиять на репутацию компании в отрасли.

Во-первых, осознание важности мотивации и стимулирования труда является ключевым фактором для успеха организации. Когда сотрудники понимают, что их усилия оцениваются и вознаграждаются, это стимулирует их к более высокой производительности. Поэтому следует создать систему мотивации, которая учитывает потребности и желания каждого сотрудника.

Во-вторых, важно предоставить сотрудникам возможности для роста и развития. Продвижение по карьерной лестнице, профессиональное обучение и развитие навыков должны стать неотъемлемой частью работы. Это не только поможет сотрудникам достичь своих целей, но и будет способствовать росту организации в целом.

Кроме того, необходимо установить четкие и реалистичные цели и ожидания для сотрудников. Когда у сотрудника есть ясное представление о том, что от него ожидают, он может лучше ориентироваться и сосредоточиться на важных задачах. Важно также регулярно обсуждать эти цели и оценивать прогресс.

Для мотивации сотрудников также важно установить справедливую систему вознаграждения. Вознаграждение может быть финансовым, но также может включать и другие формы поощрения, такие как почетные звания, бонусы или возможности для отдыха. Главное, чтобы вознаграждение было справедливым и соответствовало достижениям и вкладу каждого сотрудника.

Кроме того, очень важна регулярная обратная связь и признание достижений сотрудников. Когда работникам сообщают, что их труд ценен и оценивается, это повышает их мотивацию и самооценку. Регулярные оценки и обсуждения успехов и проблем помогут улучшить работу каждого сотрудника.

В конечном счете, мотивация и стимулирование труда в организации – это сложный и многогранный процесс. Различные сотрудники могут быть мотивированы различными способами, поэтому важно использовать разнообразные методы и подходы.

Таким образом, понимание таких фундаментальных вещей как мотивация и стимулирование персонала в организации является неотъемлемой частью успеха и финансовой эффективности хозяйствующего субъекта. Близость ценностей организации и внутренних ценностей работника могут повлиять на взгляд индивидуума и стать решающим фактором

работы в той или иной компании. Для избежания текучести кадров или при появлении таких проблем, как выбытие сотрудников, организация должна внимательно подходить к решению этого вопроса.

\*\*\*

1. Вагнер В.А., Лымарева О.А. МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №1-1 (95). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-i-stimulirovanie-personala-2> (дата обращения: 17.03.2024).
2. Данильян О. Современный словарь по общественным наукам / О. Данильян, С.Б. Жданенко, А.П. Дзевань. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 314 с.
3. Ильченко Светлана Владимировна, Павлова Елена Владимировна Мотивация трудовой деятельности как социально-экономическая основа кадрового менеджмента организации // Бизнес и дизайн ревю. 2018. №2 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-trudovoy-deyatelnosti-kak-sotsialno-ekonomicheskaya-osnova-kadrovogo-menedzhmenta-organizatsii> (дата обращения: 17.03.2024).
4. Ильченко С. В. Организационное поведение: монография. – М: Московский экономический институт, 2017. – 294 с.
5. Лукашевская Д. А. Адаптация и совершенствование системы стимулирования и мотивации персонала к изменениям среды // Вестник ГУУ. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptatsiya-i-sovershenstvovanie-sistemy-stimulirovaniya-i-motivatsii-personala-k-izmeneniyam-sredy> (дата обращения: 17.03.2024).
6. Колесниченко Е. А. Совершенствование механизма мотивации на российских предприятиях / Е. А. Колесниченко, М. В. Беспалов, И. Ю. Родюков // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 5 (113). – С. 149–154.

**Синекопова И.В.**

**Социальная роль менеджмента в современном мире**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный  
экономический университет»  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-300

*Научный руководитель: Скибин Ю.В.*

#### **Аннотация**

В современном мире менеджмент играет заметную роль в социальном развитии организаций. Это направление управления организацией предполагает создание и поддержание благоприятной рабочей среды, развитие корпоративной культуры, обеспечение баланса интересов различных сторон. В данной статье мы рассмотрим роль социального менеджмента в современных тенденциях, как именно подобное направление деятельности помогает компании не только обеспечивать стабильность своего функционала, но и развитие предприятия, повышения уровня доверия в обществе.

**Ключевые слова:** менеджмент, корпоративная социальная ответственность, социальная роль, менеджеры, социальный менеджмент

#### **Abstract**

In the modern world, management plays a significant role in the social development of organizations. This direction of organization management involves the creation and maintenance of a favorable working environment, the development of corporate culture, and ensuring a balance of interests of various parties. In this article, we will consider the role of social management in modern trends, how exactly such a line of activity helps a company not only to ensure the stability of its functionality, but also the development of the enterprise, increasing the level of trust in society.

**Keywords:** management, corporate social responsibility, social role, managers, social management

Менеджмент – это комплекс организационно–управленческих функций, направленных на достижение определенных целей. В современном мире менеджмент не ограничивается лишь

ведением бизнеса, он включает в себя также социальные аспекты, играя важную роль в формировании социальной ответственности и устойчивого развития организаций.

Социальный менеджмент определяется как система управленческой деятельности, направленная на координацию и организацию социальных процессов в рамках организации. Он включает в себя такие аспекты, как разработка и реализация социальных программ, взаимодействие с обществом, управление персоналом и обеспечение социальной защищенности работников.

Социальная роль менеджмента проявляется в ряде аспектов. Во-первых, менеджмент должен быть ответственным за социальные последствия своих действий — это означает, что менеджеры должны учитывать социальные и экологические аспекты при принятии решений, содействовать внедрению социально значимых проектов и заботиться о благополучии своих сотрудников.

Во-вторых, менеджмент играет важную роль в формировании корпоративной культуры, которая включает в себя ценности, нормы и обычаи организации. Так социально ответственный менеджмент должен пропагандировать и поддерживать принципы этики и социальной ответственности внутри предприятия.

В-третьих, менеджмент должен взаимодействовать с обществом и быть открытым для диалога, то есть менеджеры должны учитывать мнения и интересы заинтересованных сторон, таких как потребители, акционеры, государственные органы и общественность в целом.

Социальная роль менеджмента является неотъемлемой частью стратегического планирования и развития организаций. Она помогает повысить конкурентоспособность компании, создать положительный имидж и стать примером социальной ответственности для других организаций.

Современный мир сталкивается со множеством сложных социально-экономических проблем, таких как: неравенство, бедность, изменение климата и другие – и в такой ситуации, роль менеджмента в развитии социальной ответственности становится все более значимой. Менеджмент играет важную роль в определении миссии и ценностей организации, а также в создании стратегий, которые обеспечивают внедрение социально-ответственных практик.

Одним из примеров социально-ответственного менеджмента является концепция корпоративной социальной ответственности (CSR). Корпорации, претендующие на лидерство на рынке, все чаще включают в свою стратегию цели, связанные с содействием социальному развитию. CSR не только позволяет бизнесу активизировать свою роль в обществе, но и улучшает имидж организации в глазах потребителей и партнеров.

Однако, реализация социально-ответственной политики требует от менеджмента не только разработки стратегии, но и контроля за ее выполнением. Одной из ключевых задач менеджмента в этом процессе является обеспечение отчетности о социальной ответственности. Транспарентность и открытость в отношениях позволяют организации строить доверительные отношения с заинтересованными сторонами и демонстрировать свою социальную ответственность.

Подобный подход не только способствует устойчивому развитию организации, но и имеет положительный эффект на общество в целом. Исследования показывают, что компании, активно внедряющие социально-ответственные практики, имеют более высокую репутацию, повышенную лояльность и доверие со стороны потребителей.

Но для успешного внедрения социально-ответственного менеджмента необходимо обладать глубокими знаниями в области социальной ответственности и уметь применять соответствующие инструменты для ее измерения и оценки. Специалисты в данной области должны обладать навыками планирования, координации и анализа в различных сферах деятельности организации.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что социальная роль менеджмента в современном мире очевидна. Управление, планирование и координация ресурсов являются основными задачами менеджмента, которые способствуют достижению стабильности и процветания общества.

Ведь один из важнейших аспектов социальной роли менеджмента — это создание рабочих мест и рост занятости. Менеджеры, управляя организациями, создают условия для развития бизнеса и привлечения инвестиций, что в свою очередь способствует созданию новых рабочих мест и увеличению занятости.

Еще одним аспектом роли менеджмента в обеспечении социальной стабильности является развитие человеческого капитала. Менеджеры должны уметь выбирать, тренировать и развивать навыки сотрудников, чтобы они могли достичь своего потенциала и вносить максимальный вклад в организацию. Развитие человеческого капитала способствует повышению квалификации работников и улучшению их условий труда, что, в свою очередь, способствует укреплению социальной стабильности.

Менеджеры также играют важную роль в формировании социальной ответственности организаций. Корпоративная социальная ответственность включает в себя принятие во внимание потребностей и интересов различных социальных групп, а также соблюдение норм этики и законодательства. Менеджеры, принимая эти вопросы в расчет при разработке бизнес-планов и стратегий, способствуют укреплению социальной стабильности.

В заключение, социальная роль менеджмента в современном мире неоспорима. Менеджеры являются ключевыми фигурами в обеспечении стабильности и процветания общества. Они создают рабочие места, развивают человеческий капитал и формируют социальную ответственность организаций. Все эти аспекты способствуют обеспечению социальной стабильности и благополучия, а внедрение социально-ответственных практик в деятельность организаций позволяет не только достичь экономических целей, но и создать благоприятные условия для общества и окружающей среды.

\*\*\*

1. Наталья Николаевна Чувелева Социальная роль менеджмента / Наталья Николаевна Чувелева [Электронный ресурс] // Справочник от автор24: [сайт].—URL: [https://spravochnick.ru/sociologiya/socialnaya\\_rol\\_v\\_sociologii/socialnaya\\_rol\\_menedzhmenta/](https://spravochnick.ru/sociologiya/socialnaya_rol_v_sociologii/socialnaya_rol_menedzhmenta/) (24.09.2023)
2. Тагир С. Социальная роль менеджмента: ключевые аспекты и влияние на организацию / Тагир С. [Электронный ресурс] // Научные статьи.ру : [сайт]. — URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/soczialnaya-rol-menedzhmenta/> (24.10.2023).
3. ADVES CSR КАК ТРЕБОВАНИЕ К КОМПАНИЯМ: ГДЕ ГРАНЬ МЕЖДУ ПОЖЕЛАНИЕМ И ОБЯЗАННОСТЬЮ? / ADVES [Электронный ресурс] // ADVES : [сайт]. — URL: [https://adves.com/blog/csr-kak-trebovanie-k-kompaniyam-gde-gran-mezhdu-pozhelaniem-i-obyazannostyu/#:~:text=Корпоративная%20социальная%20ответственность%20\(Corporate%20Social,на%20которые%20оказывает%20влияние%20компания](https://adves.com/blog/csr-kak-trebovanie-k-kompaniyam-gde-gran-mezhdu-pozhelaniem-i-obyazannostyu/#:~:text=Корпоративная%20социальная%20ответственность%20(Corporate%20Social,на%20которые%20оказывает%20влияние%20компания) (04/02/2022).
4. Ксения Шестак Что такое корпоративная социальная ответственность, зачем она нужна и с чего начать / Ксения Шестак [Электронный ресурс] // Skillbox Media : [сайт]. — URL: <https://skillbox.ru/media/management/chto-takoe-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-zachem-ona-nuzhna-i-s-chego-nachat/> (01.08.2022).

**Степанова Т.А., Еремина Д.В.**

**Анализ себестоимости продукции растениеводства на примере ООО «Агротех-Гарант»  
Хлебородное Аннинского района Воронежской области**

*Воронежский государственный аграрный университет  
имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-301

**Аннотация**

Данное исследование проводилось по конкретному предприятию ООО «Агротех-Гарант» Хлебородное в Аннинском районе Воронежской области. В нем были определены резервы снижения себестоимости продукции. Методической основой является использование статистических способов факторного анализа, анализ динамики себестоимости продукции.

В работе был осуществлен систематический контроль за выполнением плана по себестоимости, изучено влияние различных факторов на себестоимость продукции. Также актуальность темы заключается в том, что на примере сельскохозяйственного предприятия будет рассмотрена структура себестоимости 1 ц продукции.

**Ключевые слова:** анализ, анализ себестоимости, себестоимость продукции растениеводства, факторный анализ, динамика себестоимости.

### Abstract

This study was conducted on a specific enterprise Agrotech-Garant Khleborodnoye in the Anninsky district of the Voronezh region. It identified reserves for reducing the cost of production. The methodological basis is the use of statistical methods of factor analysis, analysis of the dynamics of production costs.

In the work systematic control over the implementation of the cost plan was carried out, the influence of various factors on the cost of production was studied. Also, the relevance of the topic lies in the fact that, using the example of an agricultural enterprise, the cost structure of 1 kg of products will be considered.

**Keywords:** analysis, cost analysis, cost of crop production, factor analysis, cost dynamics.

Анализ себестоимости продукции очень важен для получения максимальной выгоды при наименьших затратах. Значение анализа заключается в том, что себестоимость – это важнейший экономический показатель, который характеризует деятельность предприятия с различных сторон. Себестоимость выражает в денежной форме текущие затраты предприятия на производство и реализацию продукции. В анализе отражаются эффективность использования всего производственного потенциала, режим экономии, уровень управления финансово хозяйственной деятельностью и другие моменты. Анализ включает в себя такие задачи как:

- осуществление систематического контроля за выполнением плана по снижению себестоимости;
- изучение влияния различных факторов на себестоимость продукции;
- выявление резервов снижения себестоимости продукции;
- разработка мероприятий по освоению выявленных резервов.

Последовательность анализа себестоимости достаточно объемный. Начальным этапом является рассмотрение динамики себестоимости 1 ц продукции, далее идут выявление выполнения плана по снижению себестоимости 1 ц продукции, оценка влияния затрат на 1 га и урожайности, определение структуры себестоимости 1 ц продукции, проводится факторный анализ статей прямых затрат, анализ общепроизводственных и общехозяйственных затрат, обобщение резервов снижения себестоимости, разработка мероприятий по освоению выявления резервов.

Нами была рассмотрена динамика и план по выполнению себестоимости 1ц продукции растениеводства. Результаты нашли отражение в таблице 1. В таблице используется способ сравнения фактической себестоимости с плановой, со средней за 3 последних года и со средней по району.

Таблица 1

Себестоимость 1ц основных видов продукции, руб.

Виды продукции	В среднем за 3 последних года	2022 год		В среднем по району	Отклонение (+,-)		
		план	факт		от средней за 3 года	от плана	от средней по району
Зерновые	963,69	948,95	1197,59	987	233,9	248,64	210,59
Сахарная свекла	308,27	357,65	363,12	215	54,85	5,47	148,12

Подсолнечник	1514,33	1806,56	2188,68	1010	674,35	382,12	1178,68
Однолетние травы на зеленый корм	124,78	174,33	211,20	77	86,42	36,87	134,2
на сено	1093,93	1077,10	1355,71	80	261,78	278,61	1275,71
Многолетние травы на сено	683,69	709,23	721,87	75	38,18	12,64	646,87
Кукуруза на зеленый корм	47,54	61,07	96,87	58	49,33	35,8	38,87

Динамика по всем культурам показывает, что наибольшая себестоимость была в отчетном году. План был не выполнен по всем культурам.

Мы применили системный подход к выбору культур, то есть отбираются такие культуры и виды продукции как зерновые, подсолнечник и сахарная свекла, так как они являются ведущими культурами и по ним наблюдается резерв.

Далее переходим к первому этапу расчета резервов снижения себестоимости. Резервом на первом этапе является положительное отклонение от плана за счет урожайности. В таблице 2 используется способ цепных подстановок, правило правой руки, так как факторы влияют разнонаправленно.

Таблица 2

Влияние урожайности и затрат на 1 га на себестоимость 1 ц продукции растениеводства.

Про-дук-ция	Затраты на 1 га, руб.		Урожай-ность, ц/га		Себестоимость 1 ц, руб.			Отклонение от плана (+,-)		
	план	факт	план	факт	план	при факт. урожайности и план. затратах	факт	всего	в т.ч. за счет	
									зат-рат	уро-жайности
Зерно-вые	34731,6	31616,4	36,6	26,4	949	1315,6	1197,6	248,6	-118	366,6
Сах. свекла	129515,8	109081,3	362,1	300,4	357,7	431,1	363,1	5,47	-68,02	73,5
Под-сол-нечник	67565,3	48369,8	37,4	22,1	1806,6	3057,3	2188,7	382,1	-868,6	1250,7

Таким образом, резерв наблюдается по всем трем культурам, так как фактическая урожайность ниже запланированной, по зерновым культурам резерв составляет 366,6 руб., резерв по сахарной свекле равен 73,5 руб., а по подсолнечнику 1250,7 руб. соответственно.

Урожайность сельскохозяйственных культур можно повысить за счет увеличения сортимента, собственного производства семян, защиты продукции, подбора правильных семян, надежного хранения урожая, внедрения новых технологий.

Переходим ко второму этапу расчета резервов снижения себестоимости. Резервом снижения себестоимости на втором этапе является любое положительное отклонение фактора, зависящего от предприятия.

В таблице 3 используется способ цепных подстановок, правило левой руки, так как оба фактора влияют однонаправленно прямо пропорционально.

Таблица 3

Факторный анализ затрат на оплату труда.

Про-дук-ция	Трудоем-кость		Оплата 1 ч.- часа, руб.		Затраты на оплату труда, руб.			Отклонение от плана (+,-)		
	план	факт	план	факт	план	факт	при факт. ч.-час и план. оплате	всего	в т.ч. за счет	
									тру-до-ем-кости	оп-латы 1 ч.-час
Зерно-вые	0,29	0,36	79,08	90,08	22,93	32,43	28,47	9,5	5,54	3,96

Сах. свекла	0,08	0,11	27,13	27,27	2,17	3,00	2,98	0,83	0,81	0,02
Под-сол-нечник	0,33	0,37	95,85	123,0	31,63	45,49	35,46	13,86	3,83	10,03

Резерв наблюдается по трем продукциям, как за счет трудоемкости, так и за счет оплаты 1 ч.-час, так как фактическая оплата 1 ч.-часа выше запланированной. По зерновым культурам резерв равен 9,5 руб., по сахарной свекле резерв составляет 0,83 руб., а по подсолнечнику – 13,86 руб.

Содержание третьего этапа – это анализ накладных расходов. В сводном расчете резервов снижения себестоимости производится обобщение всех найденных резервов с учетом разницы в методических подходах, их определению. Расчет производился в табличной форме.

Таблица 4

## Сводный расчет резервов снижения себестоимости

Виды продукции	Валовой сбор, ц	Перерасход по статьям затрат на 1ц продукции за счет фактора, зависящего от хозяйства	Перерасход на всю продукцию, тыс. руб.	Перерасход затрат за счет урожайности, тыс. руб.		Сумма перерасхода по накладным расходам, тыс. руб.	Резерв всего, тыс. руб.
				на 1 ц, руб.	всего, тыс. руб.		
Зерно	89967	9,5	854,69	366,64	32985,5		33840,2
Сахарная свекла	236698	0,83	196,46	73,49	17394,94		17591,4
Подсолнечник	32150	13,86	445,60	1250,7	40210,01		40655,6
Итого	x	x	1496,75	x	90590,45	700	92087,2

Таким образом, общий резерв снижения себестоимости в целом составил 92087,2 тыс. руб., из них на продукцию зерновых 33840,2 тыс. руб., на сахарную свеклу пришлось 17591,4 тыс. руб., а на подсолнечник 40655,6 тыс. руб.

В заключении, можно сделать вывод, что выявленные резервы можно использовать на предприятии для последующего развития и поддержания производства.

\*\*\*

1. Карнюшкина, К. Л. Статистико-экономический анализ себестоимости зерновых культур на примере ЦЧР / К. Л. Карнюшкина, Т. А. Степанова // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 98-5. – С. 151-155. – DOI 10.18411/tnio-06-2023-277. – EDN XHNBKGQ.
2. Магаленцева, В. С. Повышение эффективности производства и переработки семян подсолнечника на предприятиях Воронежской области / В. С. Магаленцева, Л. Н. Измайлова, Т. А. Степанова // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 63-4. – С. 54-58. – DOI 10.18411/lj-07-2020-119. – EDN QXCHWP.
3. Белогубова, А. А. Анализ производства подсолнечника в Воронежской области и определение внутрихозяйственных резервов / А. А. Белогубова, Г. И. Хаустова, Т. А. Степанова // Молодежный вектор развития аграрной науки: МАТЕРИАЛЫ 72-Й НАЦИОНАЛЬНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ, Воронеж, 01 апреля – 31 2021 года / Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I. Том Часть VII. – Воронеж: 2021. – С. 5-11. – EDN AYCCRR.
4. Измайлова, Л. Н. Анализ себестоимости продукции растениеводства и оценка ее влияния на финансовые результаты / Л. Н. Измайлова, С. М. Поленова // Молодежный вектор развития аграрной науки : материалы

- 74-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Воронеж, 01 апреля – 31 2023 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 500-509. – EDN PUMIWV.
5. Степанова, Т. А. Потенциал современных агротехнологий / Т. А. Степанова, А. В. Воронина // *Modern Economy Success*. – 2022. – № 2. – С. 153-156. – EDN SPARGW.
  6. Хаустова, Г. И. Анализ себестоимости продукции растениеводства / Г. И. Хаустова, К. В. Дыбля // Молодежный вектор развития аграрной науки: материалы 74-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Воронеж, 01 апреля – 31 2023 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 475-481.

**Сысоев Н.С., Косякова И.В.**

### **Специфика привлечения венчурного капитала в Россию**

*Самарский государственный экономический университет (ФГАОУ ВО)  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-302

#### **Аннотация**

В данной статье мы подробным образом проанализировали специфику привлечения венчурного капитала в Россию. Нам удалось изучить состояние современной венчурной индустрии, благодаря чему, мы обнаружили тенденцию спада объема инвестиций. Чтобы объем венчурного капитала увеличился и смог выступить фактором развития экономики нашей страны, были предложены конструктивные способы решения ключевых проблем, сформулированных по ходу исследования.

**Ключевые слова:** венчурный капитал, специфика, способы привлечения.

#### **Abstract**

In this article, we analyzed in detail the specifics of attracting venture capital to Russia. We were able to study the state of the modern venture industry, thanks to which we discovered a downward trend in the volume of investments. In order for the volume of venture capital to increase and be able to act as a factor in the development of the economy of our country, constructive ways to solve key problems formulated during the course of the study were proposed.

**Keywords:** venture capital, specifics, methods of attraction.

На сегодняшний день в современной России существует немалое количество инновационных компаний, число которых с каждым годом только увеличивается. Это связано с тем, что внедрение инноваций оказывает положительное влияние на повышение уровня конкурентоспособности компаний и способствует увеличению спроса на конечную продукцию, за счет формирования уникального торгового предложения на рынке. Необходимо понимать, что развитие экономики тесно связано с уровнем интеграции современных технологий в производство, потому что они способствуют наиболее эффективной организации экономических процессов. Их применение на практике способно увеличить производительность труда, повысить качество продукта и процесса оказания услуг, оптимизировать механизм распределения ресурсов на предприятии и увеличить скорость ключевых бизнес-процессов в компании. Но что является фундаментом инноваций? Для ответа на данный вопрос необходимо погрузиться в теоретическую основу предмета.

Чтобы инновации выступили драйвером экономики России, важно понимать, что неотъемлемым ресурсом их возникновения и успешной реализации является величина венчурного капитала. Он представляет собой стратегические инвестиции вкладчиков в развитые или развивающиеся компании, которые имеют свой инновационный проект, обычно называемый стартапом. При этом, учитывая особенности подобных компаний, венчурные инвестиции имеют высокую степень риска [1]. В качестве инвесторов могут выступать как

граждане нашей страны, так и резиденты иностранных государств. Ключевой особенностью венчурного инвестирования является то, что инвесторы практически не ограничены с точки зрения выбора подходящих активов, однако наиболее интересными для них являются самые перспективные и технологические отрасли экономики.

Таким образом, целью данной работы является изучение специфики привлечения венчурного капитала в Россию. Для достижения поставленной цели, конкретно в данной работе необходимо решить следующие задачи. Изучить состояние современной венчурной индустрии в России. Определить ключевые проблемы, которые влияют на процесс принятия инвестиционных решений. Сформулировать возможные способы решения обозначенных проблем для привлечения венчурного капитала в Россию.

Согласно исследованию, подготовленному компанией Dsight, под названием «Венчурная Евразия» объем финансирования российских стартапов в 2023 году сократился примерно на 80% с \$422 млн до \$84 млн. По словам основателя Dsight Арсения Даббаха, в 2023 году объем сделок достиг исторического минимума. Драматически сократился и объем чеков [2]. Аналитики объясняют тенденцию новым подходом инвесторов к сделкам, который заключается в том, что они рассчитывают на быстрый возврат вложенных средств. Взглянем подробнее на структуру венчурного инвестирования за 2022 и 2023 годы (см. Рисунок 1).

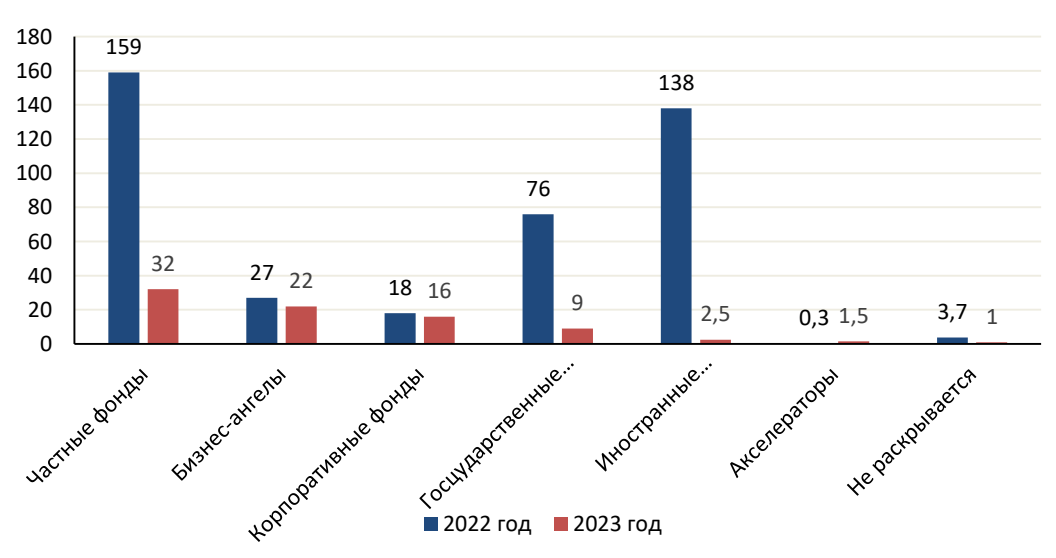


Рисунок 1. Объем венчурных инвестиций по типам инвесторов, \$ млн [3].

Исходя из данных, представленных на Рисунке 1, можно сделать вывод, что объем венчурных инвестиций действительно сильно сократился: со стороны частных фондов на 80%, государственных фондов на 88% и иностранных инвесторов на 98%. Из этого можно сделать предварительный вывод о том, что рынок находится в довольно затруднительном положении. Снижение объема инвестиций со стороны частных и государственных фондов можно объяснить тем, что в условиях новой реальности инвесторы предпочитают более надежные финансовые инструменты сохранения и приумножения денежных средств, так как по статистике 70-80% инвестиций в венчурные стартапы являются убыточными [4]. А тот факт, что иностранные инвесторы существенно сократили свои финансовые вложения в российские стартапы, вероятнее всего, является результатом политики санкционного давления, осуществляемой со стороны недружественных стран. Необходимо взглянуть на изменение объема сделок для того, чтобы уточнить возможные причины сложившейся ситуации (см. Рисунок 2).

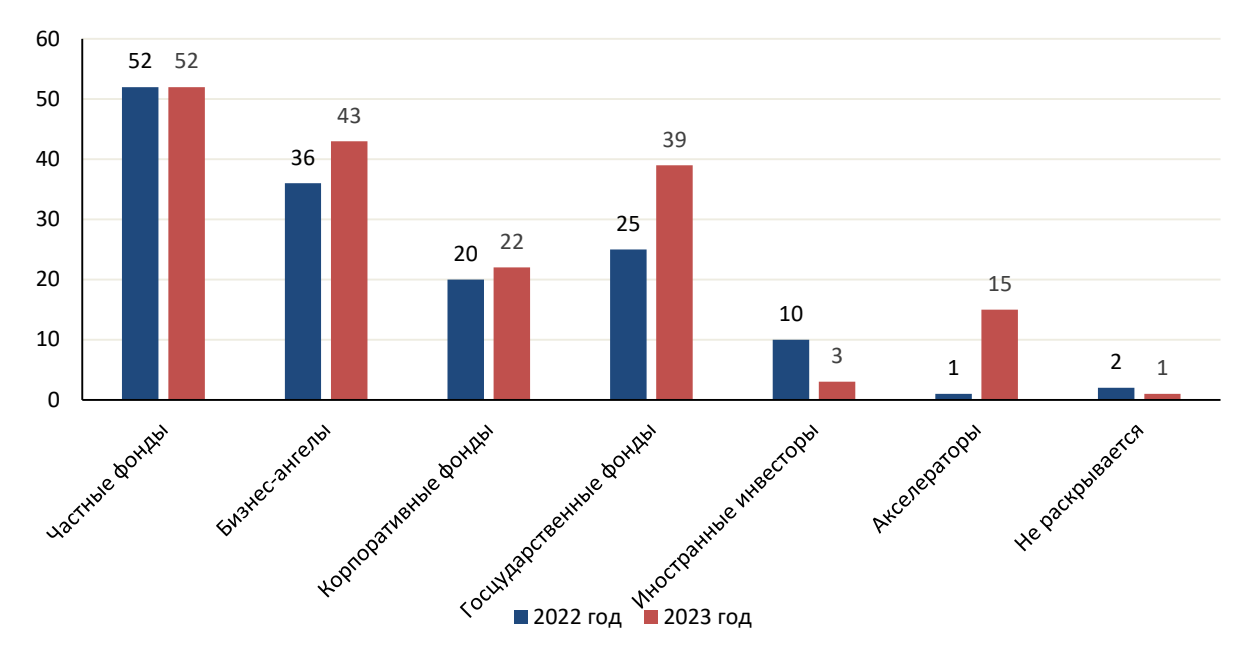


Рисунок 2. Количество сделок по типам инвесторов, шт. [3].

Исходя из данных, представленных на Рисунке 2, можно заметить, что число сделок в 2023 году суммарно увеличилось до 175 шт. со 146 шт. в 2022 году. Увеличилось число сделок, совершенных бизнес-ангелами на 19% и государственными фондами на 56%. При этом, по словам аналитиков, почти половина инвестиционных сделок была совершена в 4 квартале 2023 года. Повышение срока принятия инвестиционных решений свидетельствует о том, что венчурные инвесторы стали более тщательно отбирать проекты для финансирования. Положительным является то, что венчурные инвесторы в широком смысле не потеряли своего интереса к данной сфере.

Поскольку наблюдается ситуация снижения объема инвестиций, на фоне роста числа заключаемых сделок, можно заключить, что стратегия инвесторов существенно изменилась в пользу диверсификации инвестиционных портфелей с их денежным сокращением в пользу других финансовых инструментов получения прибыли. В качестве возможных причин могут выступать: нехватка качественных стартапов, низкая скоростью возврата вложенных средств через дивиденды, а также субъективные ожидания, которые выражаются в том, что зарубежные бренды скоро вернуться на российский рынок и вытеснят отечественные стартапы, чьи продукты нацелены на замещение ушедших брендов. Данные факторы также отмечают исследователи компании Dsight.

Для повышения уровня проработанности отечественных стартапов необходимо обеспечить грамотное сопровождение инновационных проектов путем развития текущих и новых платформ поддержки отечественных разработок. Данная тема особенно актуальна, поскольку с каждым годом наблюдается рост числа новаторов, предлагающих свежий взгляд на способы оптимизации тех или иных бизнес-процессов. Начиная свой путь новаторам крайне важно получить экспертную консультацию, которая позволит выявить и устранить узкие места проекта, что в свою очередь повысит общую эффективность и привлекательность бизнес-плана для конечных инвесторов.

Чтобы повысить скорость возврата вложенных средств, инновационным компаниям необходимо выстроить систему управления, таким образом, чтобы каждый элемент был обеспечен своим ответственным лицом, а также специализированной системой контроля, которая могла бы находить неэффективность и в последствии ее исключать. Порой для создания подобной системы управления собственными силами компании может не хватить. Именно поэтому, для решения обозначенной ранее проблемы, рекомендуется обращаться за помощью к независимым профессионалам в сфере аудиторской деятельности. Они смогут определить

причины возникновения финансовых и операционных проблем у компании-заказчика, что в свою очередь позволит выявить новые денежные ресурсы из сэкономленных ранее средств и найти новые точки роста бизнеса [5].

Решение третьей проблемы является довольно трудным, поскольку изменить субъективные ожидания инвесторов крайне непростая задача. Во-первых, серьезную роль здесь играют действия новаторской команды по убеждению потенциальных вкладчиков. Создателям проектов необходимо показать свои серьезные намерения, которые выражаются в их персональном уровне вовлеченности в свое детище. При этом, особое внимание инвесторы обращают на долю собственных средств, которые новаторы готовы вложить в проект. Во-вторых, большое влияние на изменение ожиданий зарубежных инвесторов и привлечение их капитала в нашу страну могут оказать действия государственной власти. Наша страна имеет надежные исторически-сложившиеся и довольно тесные связи с Китаем, экономика которого ничуть не отстает по части инновационного развития. Привлечение китайских венчурных фондов и частных инвесторов, за счет создания комфортных и стабильных условий для осуществления финансовых вложений, смогло бы колоссальным образом изменить мнение части мирового сообщества, которое колеблется в вопросе принятия инвестиционных решений в пользу нашей страны. Также полезным было бы создание универсальной платформы, которая будет своего рода каналом коммуникации между отечественными новаторами и зарубежными финансовыми партнерами.

Таким образом, можно подвести итог, что успех привлечения венчурного капитала в Россию зависит от серьезной работы, со стороны авторов инноваций, а также от действий государственной власти. Сама по себе инновация не является гарантом того, что она будет востребована и получит необходимый объем финансирования. Важна комплексная и детальная проработка всех ключевых направлений проекта. Это позволит потенциальным инвесторам быть уверенными в том, что их денежные средства будут потрачены эффективно, а конечный результат удовлетворит всех заинтересованных лиц и в том числе потребителей.

\*\*\*

1. Васильева М., Венчурные инвестиции: что это такое и кому они подходят // Финансовый портал Банки.ру, [Электронный ресурс] URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10944781#:~:text=venture>. (дата обращения 25.03.2024).
2. Липанова Л., Новая нормальность: что изменилось на российском венчурном рынке за 2023 год // Финансово-экономический портал Форбс, [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/svoibiznes/507617-novaa-normal-nost-cto-izmenilos-na-rossijskom-venchurnom-rynke-za-2023-god> (дата обращения 26.03.2024).
3. Венчурная Евразия 2023 // Исследование аналитической компании Dsight, [Электронный ресурс] URL: <https://dsight.ru/reports> (дата обращения 27.03.2024).
4. Руднева Е., Венчурный фонд // Финансовый портал Банки.ру, [Электронный ресурс] URL: [https://www.banki.ru/wikibank/fond\\_venchurnyh\\_investicij/](https://www.banki.ru/wikibank/fond_venchurnyh_investicij/) (дата обращения 28.03.2024).
5. Соколов Б.Н., Рукин В.В., Системы внутреннего контроля (организация, методики, практика) // Экономика, 2007. С. 9-16.

**Тюкаева Я.С.**

**Методы оценки недвижимости: сравнительный, затратный и доходный подходы**

*Самарский государственный технический университет*

*(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-303

#### **Аннотация**

Оценка недвижимости используется в различных сферах, включая рынок недвижимости, инвестиции и налогообложение. В данной статье рассматриваются основные методы оценки недвижимости: сравнительный, затратный и доходный подходы. Каждый из этих подходов имеет свои преимущества и ограничения, которые важно учитывать при проведении оценки.

**Ключевые слова:** оценка недвижимости, сравнительный подход, затратный подход, доходный подход, рынок недвижимости, инвестиции, оценочная стоимость, преимущества, ограничения.

### Abstract

Real estate valuation is used in various fields, including the real estate market, investments and taxation. This article discusses the main methods of real estate valuation: comparative, cost-effective and profitable approaches. Each of these approaches has its advantages and limitations, which are important to consider when conducting an assessment.

**Keywords:** real estate valuation, comparative approach, cost approach, income approach, real estate market, investments, estimated value, advantages, limitations.

Жилая недвижимость – это не только квартиры и дома, но и место, где мы создаем свой дом, где чувствуем уют и комфорт и также это крупнейшая инвестиция для многих людей, поэтому вопрос ее оценки имеет огромное значение. В данной статье рассматриваются основные методы оценки жилой недвижимости и их преимущества.

Согласно законодательству Российской Федерации, жилой недвижимостью признаются различные типы помещений:

1. Жилой дом (или его часть) – это определенное здание, состоящее из комнат и вспомогательных помещений, необходимых для удобного проживания человека.
2. Квартира (или ее часть) – это отдельное помещение в многоквартирном доме, обеспечивающее прямой доступ к общим помещениям дома. Квартира может состоять из одной или нескольких комнат, а также включать вспомогательные помещения для бытовых нужд.
3. Комната – это структурно отдельное помещение в многоквартирном доме, обеспечивающее доступ к общим помещениям дома.

Комната может содержать одну или несколько комнат, а также вспомогательные помещения для обеспечения бытовых нужд.

Эксперты, занимающиеся оценкой недвижимости, оперируют тремя основными методами:

1. Сравнительным методом.
2. Затратным методом.
3. Доходным методом.

1. Сравнительный анализ – один из наиболее распространенных методов оценки жилой недвижимости, базирующийся на анализе цен схожих объектов недвижимости, которые были проданы или арендованы на рынке. Этот метод используется для определения рыночной стоимости оцениваемого объекта путем сопоставления его характеристик с аналогичными объектами. При использовании сравнительного метода важно учитывать такие параметры, как географическое расположение, размер, тип и состояние объекта, а также особенности окружающей инфраструктуры.

Преимущества сравнительного анализа включают простоту и доступность данных, но для его эффективного применения необходимо учитывать сходство объектов и их характеристики, что может быть сложно в случае уникальных или особенных недвижимостей.

Предположим, что вы хотите оценить стоимость дома, находящегося в определенном районе. Для этого вы анализируете цены, по которым продавались аналогичные дома в том же районе за последние несколько месяцев. Если, например, за аналогичный дом, имеющий те же характеристики и расположение, продали за 3 миллиона рублей, то вы можете использовать эту цену как основу для оценки стоимости вашего дома.

2. Доходный подход основан на оценке жилой недвижимости через потенциальный доход, который может приносить объект. Этот метод особенно полезен для коммерческой недвижимости, но также может быть применен и к жилым помещениям.

Доходный метод оценки недвижимости базируется на прогнозировании будущих денежных потоков, генерируемых объектом недвижимости, и их дисконтировании к настоящему времени.

Оценщики учитывают арендные доходы, операционные расходы, ставку дисконта и долгосрочные тренды на рынке недвижимости для определения стоимости объекта. Доходный метод позволяет инвесторам оценить потенциальную доходность инвестиции в недвижимость и принять обоснованные инвестиционные решения.

Для применения доходного подхода необходимо определить рыночную стоимость аренды для данного типа недвижимости, учитывая рыночные условия и спрос. Этот метод позволяет оценить инвестиционную привлекательность объекта и его потенциальную доходность.

3. Затратный метод основан на расчете стоимости воспроизводства объекта недвижимости с учетом его текущего состояния и износа. Этот метод оценки определяет стоимость затрат на строительство аналогичного объекта с учетом современных цен на стройматериалы и труд. Затем происходит коррекция этой стоимости в зависимости от физического износа и экономической устареваемости объекта. Затратный метод часто используется для оценки недвижимости, которая не имеет сравнимых аналогов на рынке или для новых строений.

Хотя затратный подход может быть полезен для оценки новых объектов или объектов с минимальным износом, он часто игнорирует факторы рыночного спроса и предложения, что может привести к недооценке или переоценке недвижимости.

Представьте, что вы инвестируете в строительство нового торгового центра. Для оценки стоимости этого проекта вы определяете все затраты на закупку земли, проектирование, строительство и оборудование. При этом учитывается как текущие рыночные цены на материалы и труд, так и профессиональные оценки стоимости.

Таким образом, особенность сравнительного метода заключается в том, что итоговая стоимость ориентируется на рыночные цены аналогичных объектов или на собственные затраты на создание или покупку недвижимости. При доходном подходе – собственник обычно стремится к получению определенного дохода от использования недвижимости. Доходный метод определяет текущую стоимость будущих доходов, получаемых от использования и возможной последующей продажи объекта недвижимости. Чем выше доход, тем выше рыночная стоимость объекта оценки.

Покупка жилой недвижимости является одной из важнейших тем современности. Одним из первостепенных вопросов при изучении этой темы является выбор между первичным и вторичным рынками недвижимости. Давайте рассмотрим эти два понятия более подробно.

Первичная недвижимость представляет собой объекты недвижимости, которые впервые появляются на рынке и не имели предыдущих владельцев.

Вторичная недвижимость, в свою очередь, это объекты, которые уже находились на рынке и имели предыдущих владельцев. Связь между первичным и вторичным рынком недвижимости тесна и взаимозависима. Например, если на первичном рынке возрастает спрос и увеличивается цена, это может привести к снижению предложений и, соответственно, снижению цен на вторичном рынке, и наоборот. При выборе между этими двумя видами недвижимости влияют разнообразные факторы, такие как:

1. Цена.
2. Состояние объекта.
3. Год постройки.
4. Доступность общественного транспорта.
5. Площадь, планировка, количество комнат, наличие балконов или лоджий.
6. Репутация застройщика и его надежность.
7. Экологическая обстановка в окрестностях объекта.
8. Уровень благоустройства.
9. Наличие образовательных учреждений и детских садов для молодых семей.

10. Инфраструктура района, включая магазины, аптеки, торговые центры и кафе.
11. Класс жилья.

Оценка жилой недвижимости - сложный процесс, который требует анализа множества факторов и методов. Сравнительный анализ, доходный подход и затратный подход - лишь некоторые из инструментов, доступных для оценщиков недвижимости. Выбор метода зависит от конкретной ситуации, целей оценки и доступных данных. Важно помнить, что правильно проведенная оценка недвижимости является ключом к успешной инвестиции и управлению жилой недвижимостью.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и ограничения, и выбор метода зависит от типа недвижимости, целей оценки и доступных данных. Комбинация нескольких методов может обеспечить более точную оценку стоимости объекта недвижимости и уменьшить риски неправильной оценки.

\*\*\*

1. Озеров Е.С. Экономический анализ и оценка недвижимости. СПб., 2007. - 536 с.
2. Симионова Н.Е., Шеина С.Г. «Методы оценки и технической экспертизы недвижимости», Учебное пособие Ростовского государственного строительного университета, Изд. центр г. Ростова-на-Дону «МарТ», М. – 2006. – 448 с.
3. Тэпман Л.Н. «Оценка недвижимости», под редакцией В.А. Швандара, Учебное пособие, Изд-во «ЮНИТИ-ДАНА», М. – 2004;

**Тюкаева Я.С.**

### **Преобразование бизнес-процессов в оценке недвижимости**

*Самарский государственный технический университет  
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-304

#### **Аннотация**

Статья рассматривает важность преобразования бизнес-процессов в отрасли оценки недвижимости. С развитием технологий и изменением требований рынка, компании, занимающиеся оценкой недвижимости, вынуждены пересматривать свои методы и процессы. В статье освещаются основы и преимущества этого преобразования.

**Ключевые слова:** бизнес-процессы, оценка недвижимости, технологические инновации, цифровизация, автоматизация.

#### **Abstract**

The article examines the importance of transforming business processes in the real estate valuation industry. With the development of technology and changing market requirements, real estate appraisal companies are forced to rethink their methods and processes. The article highlights the basics and advantages of this transformation.

**Keywords:** business processes, real estate valuation, technological innovations, digitalization, automation.

Технологические инновации и изменения в требованиях клиентов заставляют компании, занимающиеся недвижимостью, пересматривать свои методы оценки и адаптироваться к новым условиям.

Оценка недвижимости – это процесс определения стоимости имущества на основе различных факторов, таких как расположение, состояние объекта, спрос на рынке и другие. Данный процесс играет ключевую функцию в различных сферах, включая инвестиции, кредитование, налогообложение и стратегическое планирование. Для повышения эффективности и точности оценки недвижимости важно разработать систему поддержки принятия решений, которая бы учитывала все релевантные факторы и обеспечивала надежные рекомендации.

Бизнес-процесс оценки недвижимости – это комплексный и многоэтапный процесс, включающий в себя сбор информации, анализ данных, прогнозирование рыночных трендов и оценку стоимости объекта. Качество этого процесса напрямую влияет на принятие стратегических решений в сфере недвижимости, поэтому его анализ и оптимизация имеют важное значение.

Первый этап в разработке системы поддержки принятия решений – сбор данных, включающий сбор информации о рыночных условиях, характеристиках объекта недвижимости, а также данных о предыдущих сделках и оценках.

На втором этапе происходит анализ рыночных трендов и прогнозирование будущих изменений для составления плана долгосрочных тенденций и прогноза возможных рисков и возможностей. Использование статистических методов и моделей прогнозирования помогает предсказать будущую стоимость недвижимости на основе текущих данных и трендов.

Третий этап включает в себя разработку моделей оценки недвижимости на основе собранных данных и анализа трендов. Например, различные методы, такие как сравнительный анализ, доходный подход и стоимостной подход. Каждая модель имеет свои преимущества и ограничения, поэтому важно выбрать наиболее подходящий метод для конкретного объекта и ситуации.

Последний этап – валидация и корректировка моделей оценки на основе полученных результатов, то есть, сравнение прогнозируемых цен с фактическими данными и анализ причин возможных расхождений. На основе этой информации модели могут быть скорректированы для повышения их точности и надежности.

Одним из моментов преобразования бизнес-процессов в оценке недвижимости является внедрение цифровых технологий. Применение геоинформационных систем и алгоритмов машинного обучения позволяет учитывать большее количество факторов при определении стоимости недвижимости и делает оценку более объективной. Еще одним важным фактором является переход к онлайн-платформам и цифровым каналам коммуникации с клиентами, которые служат функцией упрощения процесс заказа и получения оценки.

По традиционному пути, сам процесс начинается с принятия специалистом заявки на обслуживание, где входной поток - заявка, а выходной - заключение контракта. Затем специалист осуществляет осмотр объекта недвижимости, выезжая на место, и в результате подготавливает техническую документацию. Этот этап занимает обычно два рабочих дня.

После составления отчета о состоянии объекта специалист проводит сравнительный анализ других объектов на рынке, основываясь на личном опыте и текущих рыночных тенденциях. Этот этап позволяет получить отчет о стоимости аналогичных объектов за рассматриваемый период.

Затем происходит расчет стоимости оцениваемого объекта недвижимости по методу сравнительного анализа продаж. Этот расчет осуществляется по формуле:  $PV=Sa+ADI$ , где  $Sa$  - средняя цена продажи аналогичных объектов;  $ADI$  - коррекция цены, учитывающая различия между оцениваемым объектом и его аналогами. Этот этап обычно занимает три рабочих дня.

Данный процесс оценки недвижимости страдает от ряда недостатков. Важным из них является большая зависимость от человеческого фактора в процессе сравнительного анализа объектов. Это включает в себя опыт и предпочтения специалиста. Поиск аналогов и их сопоставление требуются для каждого нового договора, что значительно замедляет процесс сравнения.

Для устранения этих недостатков была разработана функциональная модель, позволяющая определить изменения и их влияние на весь комплекс бизнес-процессов ещё на этапе проектирования.

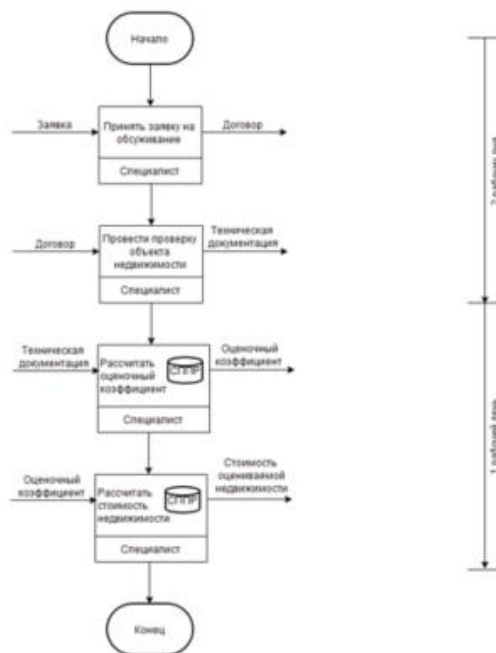


Рисунок 1.

Процесс начинается с приема специалистом заявки на обслуживание, с последующим осмотром объекта недвижимости и подготовкой технической документации, занимающей обычно два рабочих дня. После составления отчета специалист вносит данные в базу системы поддержки принятия решений для расчета оценочного коэффициента. Система автоматически рассчитывает коэффициент и выдает результат, а затем определяет стоимость оцениваемой недвижимости на основе коэффициента и стоимости аналогов.

Примером успешного преобразования бизнес-процессов в оценке недвижимости может служить компания, которая внедрила специализированное программное обеспечение для автоматизации всех этапов оценки объектов, благодаря чему удалось значительно увеличить производительность сотрудников и сократить время выполнения заказов, сохраняя при этом высокое качество услуг.

Бизнес-процесс оценки недвижимости является важным элементом в принятии решений в сфере недвижимости. Разработка системы поддержки принятия решений помогает оптимизировать этот процесс, повышая его эффективность и точность. Правильный анализ бизнес-процесса оценки недвижимости и его последующая оптимизация способствуют принятию более обоснованных и выгодных решений в сфере недвижимости. Внедрение цифровых технологий и оптимизация процессов помогают повысить эффективность работы, улучшить качество услуг и удовлетворить потребности клиентов в быстром и точном определении стоимости недвижимости.

\*\*\*

1. Грязнова А. Г., Федотова М. А. Оценка недвижимости Учебник - 2-е изд., переработанное и доп. М. 2008. 560 с.
2. Иванова Е.Н. Оценка стоимости недвижимости. Учебное пособие под ред. д-ра экон. наук, проф. Федотовой М.А. М., 2007. - 344 с
3. Тэпман Л.Н. «Оценка недвижимости», под редакцией В.А. Швандара, Учебное пособие, Изд-во «ЮНИТИ-ДАНА», М. – 2004;
4. Яскевич Е.Е. Практика оценки недвижимости. Москва: Техносфера, 2011. — 504 с.

Урусова А.Б., Урусова В.И.

## Недостатки и направления совершенствования пенсионной системы Российской Федерации

Северо-Кавказская государственная академия  
(Россия, Черкесск)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-305

### Аннотация

В данной статье говорится о достижениях пенсионного обеспечения в Российской Федерации, а также с другой стороны, сохраняется ряд недостатков, связанных не только с архитектурой самой пенсионной системы, но и с общим экономическим положением Российской Федерации.

**Ключевые слова:** Пенсионная система, пенсионное обеспечение, пенсия, покупательская способность.

### Abstract

This article talks about the achievements of pension provision in the Russian Federation, and on the other hand, a number of shortcomings remain, related not only to the architecture of the pension system itself, but also to the general economic situation of the Russian Federation.

**Keywords:** Pension system, pension provision, pension, purchasing power.

Пенсионная система носит всеобъемлющий характер, ведь она сочетает в себе участие застрахованных лиц, работодателей, государства, органов, осуществляющих администрирование функций пенсионной системы и пенсионеров. Она обеспечивает важную социальную функцию, минимизируя вероятность реализации части финансовых рисков у наиболее уязвимой и массовой с точки зрения неспособности реализовывать трудовую деятельность группы населения.

В современной литературе, посвященной состоянию и эволюции пенсионных систем, представлен многогранный взгляд на текущие процессы. Андрианов К.Н., Шафиров В.Г. и Котова Н.Е. рассматривают совершенствование и перспективные направления развития пенсионной системы России в более широком контексте социально-экономического планирования. Параллельно с этим Барышева Г.А. и Бабышев В.Ю. [30] дают критический анализ современных моделей пенсионных систем, обсуждая их сильные и слабые стороны. На международном фронте Васильева Е.В. [32] рассматривает различные подходы к построению пенсионной системы, сравнивая международный опыт с российской практикой. Влияние экономических преобразований на пенсионную систему исследуют Егоршин А.П. и Гуськова И.В., уделяя особое внимание изменениям в российской экономике в 1990-е годы. Текущие исследования дают полное представление о пенсионных системах, в частности в России, раскрывая системные улучшения, экономические последствия, достижения и проблемы проведения реформ.

Для систематизации направлений дальнейшего развития системы пенсионного обеспечения в РФ необходимо выполнить ряд задач:

1. Изучить мнения в научной литературе касательно актуальных проблем и возможностей дальнейшего развития пенсионной системы.
2. Указать на основные этапы развития пенсионной системы, ее недочеты и достижения.
3. Предложить собственное видение оптимальных мер развития пенсионной системы РФ.

В работе используются общенаучные методы познания. Ключевым методом сбора данных является контент-анализ документов.

Как в целом пенсионное обеспечение в РФ, так и ОСФР по КЧР прошли значимый период развития, который все еще не завершился из-за наличия значимых структурных проблем системы защиты пенсионеров. На начальном этапе развития, в течение 90-х годов прошлого века происходит закрепление первичного варианта, но стратегическая идея, принципы и ресурсная база не были сформированы, что привело к постоянному реформированию и переосмыслению системы пенсионного обеспечения.

По завершению переходного периода, в 2002 году, происходит переход к трехкомпонентной системе. В 2019 году из-за накопившихся структурных дисбалансов были внесены значимые изменения в нормы касательно возраста выхода на пенсию, процесса ее расчета, использования налоговых льгот и другими аспекты для обеспечения достижения баланса между притоком и оттоком денежных средств внутри ПРФ в долгосрочной перспективе.

Как указывает ряд ученых, существующая сегодня в России система пенсионного обеспечения крайне несправедлива. Так, при выходе на пенсию, российские граждане в среднем получают лишь около 34% от своей прежней заработной платы, что примерно в 1,5-2 раза ниже, чем средние аналогичные показатели в европейских странах. Конечно, желательно сохранение уровня покупательской способности граждан после выхода на пенсию. Однако важно учитывать экономические реалии, которые характерны для Российской Федерации. Страна условно относится к категории развивающихся, поэтому не следует прямо сопоставлять соответствующие коэффициенты замещения с теми, которые применяются в развитых западных странах. Достижение такого же уровня показателя возможно только при условии наличия экономики, характеризующейся высоким уровнем валового внутреннего продукта на душу населения, и наличия развитого накопительного компонента.

На текущем этапе развития, экономика характеризуется рядом особенностей, включая более частое формирование временных трудовых коллективов, работающих над отдельными проектами. Это указывает на то, что трудовые отношения отличаются от классических, когда человек работал в одной организации на протяжении всей жизни.

Говоря о достижениях пенсионного обеспечения в Российской Федерации, следует отметить такие аспекты, как:

- большая часть норм, касающихся пенсионного обеспечения, систематизирована в рамках единого нормативно-правового документа;
- закреплено стратегическое направление развития, которое должно обеспечить в долгосрочной перспективе достижение баланса между расходами и притоком средств в систему государственного пенсионного обеспечения;
- сформирована система, которая гарантирует определенный минимум, на который может рассчитывать застрахованное лицо при завершении трудовой карьеры.
- при формировании пенсионной системы были учтены текущие демографические тренды и тенденции.

С другой стороны, сохраняется ряд недостатков, связанных не только с архитектурой самой пенсионной системы, но и с общим экономическим положением Российской Федерации. К таким недостаткам можно отнести:

- наличие большого количества привилегированных групп, выходящих на пенсию раньше других категорий граждан;
- низкий уровень покупательской способности пенсионеров;
- для пенсионной системы характерен низкий уровень прозрачности и сложность понимания процесса расчета ожидаемых пенсионных поступлений;
- размер получаемой пенсии зависит от экономического цикла и способности России реализовывать топливные и прочие природные ресурсы за рубежом;
- отсутствует тесная корреляция между объемом социальных взносов и суммой пенсионных выплат;

- часто происходит изменение правил взаимодействия с государством в рамках пенсионного страхования, что не позволяет гражданам формировать долгосрочную стратегию для обеспечения желаемого уровня помощи после выхода на пенсию;
- часть накопленных пенсионных активов может быть заморожена, что негативно сказывается на мотивации застрахованных лиц участвовать в общей системе.

В таком контексте целесообразно обратить внимание на доступные возможности и инструменты совершенствования системы пенсионного обеспечения как на уровне страны в целом, так и в контексте ОСФР по КЧР. Прежде всего, важно отметить, что для усиления пенсионного обеспечения в конкретном отделении, оптимизационные меры должны касаться изменений во всей пенсионной системе.

\*\*\*

1. Андрианов К.Н., Шафиров В.Г., Котова Н.Е. Состояние и направления совершенствования государственной пенсионной системы в системе планирования социально-экономического развития РФ /К.Н. Андрианов, В.Г. Шафиров, Н.Е. Котова // Вестник Екатеринбургского института.- 2020.- № 3 (51). - С. 4-12.
2. Егоршин А.П., Гуськова И.В. Трансформация экономики России в 90-е годы и ее влияние на пенсионную систему. / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова//Социально-трудовые исследования. - 2022. - № 2 (47). - С. 132-140.
3. Куликова Е.И. Направления развития пенсионных систем: предпосылки и тенденции/ Е.И. Куликова// Сибирская финансовая школа. - 2021. - № 2 (142). - С. 83-86.
4. Шестакова Е. Е. На пути реформирования пенсионных систем: новые технологии и старые проблемы/Е.Е. Шестакова// Государственное управление. Электронный вестник. -2020. - №78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/na-puti-reformirovaniya-pensionnyh-sistem-novye-tehnologii-i-starye-problemy> (дата обращения: 21.04.2024).

**Урсова А.Б., Урсова Д.И.**

### **Особенности развития пенсионной системы Российской Федерации**

*Северо-Кавказская государственная академия  
(Россия, Черкесск)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-306*

#### **Аннотация**

В данной статье говорится о развитии новых пенсионных систем в мире, что является переход к созданию новых пенсионных схем, в основе которых лежат собственные накопления. Рассматривается то что размер пенсионного обеспечения не коррелируется с суммой осуществляемых отчислений в течение активной трудовой деятельности.

**Ключевые слова:** Пенсионная система, пенсионный возраст, пенсионное обеспечение, макроэкономические условия, автоматизация.

#### **Abstract**

This article talks about the development of new pension systems in the world, which is a transition to the creation of new pension schemes based on their own savings. It is considered that the amount of pension provision is not correlated with the amount of deductions made during active work.

**Keywords:** Pension system, retirement age, pension provision, macroeconomic conditions, automation.

Пенсионные вопросы волнуют почти треть населения страны. Пенсионная система России находится в стадии активного реформирования. Но, несмотря на меры, принятые в правильном направлении для восстановления баланса между притоками и оттоками средств, генерируемых Государственным пенсионным фондом Российской Федерации (ныне СФР), этого все еще недостаточно для обеспечения стабилизации в краткосрочной перспективе.

Ованесян С.С. предлагает формировать размер пенсии равным для всех граждан . Считаем, что не следует придерживаться такого подхода, так как он приводит к демотивации граждан и к снижению интенсивности трудовой деятельности для, получения более высокой пенсии в будущем. Непонятно, какой смысл платить более высокий объем средств в пенсионный фонд с точки зрения абсолютных значений, если размер пенсионного обеспечения будет одинаковым для всех групп населения.

Ряд ученых обращает внимание на демографические процессы, которые негативно сказываются на уровне пенсионного обеспечения. В таком контексте можно согласиться с автором относительно целесообразности интенсификации миграционных потоков в Российскую Федерацию, что позволит заместить часть трудовых ресурсов, выпавших из экономики . Это увеличит объем уплачиваемых платежей во внебюджетные социальные фонды.

Кроме того, целесообразно обратить внимание на факт, что многие мигранты не заняты в формальном секторе экономики, получая заработную плату в наличной форме. В этом контексте представляется целесообразным создавать стимулы для исполнения обязательств перед государством и социальными фондами, даже если лицо занято на временной основе.

Еще одним трендом развития пенсионных систем в мире является переход к созданию новых пенсионных схем, в основе которых лежат собственные накопления. В качестве примера можно указать планы 401-k и IRAs в США; Ристер-пенсии и Руруп-планы для самозанятых в Германии и др. . Такой инструмент позволит переложить часть ответственности за обеспечение покупательской способности граждан при выходе на пенсию с государства на застрахованное лицо. Как результат, уровень замещения, соотношение размера пенсии к заработной плате в период активной трудовой деятельности, будет существенно выше. Появится мотивация самостоятельно увеличивать размер отчисляемых с заработной платы платежей, поскольку весь объем средств, а также начисленные проценты и другие типы пассивных доходов, будут принадлежать на момент доступа к таким ресурсам именно тому лицу, которое их накопило. Это существенно отличается от текущей ситуации, когда размер пенсионного обеспечения не коррелирует с суммой осуществляемых отчислений в течение активной трудовой деятельности.

При этом важно отметить, что эффективность накопительной пенсионной системы зависима от уровня доходности относительно инфляции . Таким образом, для государства важно не только сформировать конкретные схемы самостоятельной реализации накопительной части пенсионного обеспечения, но и обеспечить устойчивые макроэкономические условия, позволяющие формировать долгосрочные планы развития как для самого государства, так и для отдельных домохозяйств. В условиях быстрого обесценивания рублевых активов невозможно ожидать создания значимой доли накопительной системы в общей пенсионной системе, даже если будут сформированы современные инструменты для самостоятельного накопления средств на случай выхода на пенсию.

Также целесообразно обратить внимание на возможность повышения пенсионного возраста. В ряде стран используется фактор стабилизации, то есть специальный механизм автоматической корректировки с момента выхода на пенсию в зависимости от ожидаемой продолжительности жизни и других статистических данных . Считаем, что в текущих условиях применение такого механизма является нерациональным. С одной стороны, действительно, продолжительность жизни является важным фактором в контексте функционирования пенсионной системы. С другой стороны, для развивающихся стран уровень рисков и возможностей хуже, чем у развитых, поэтому часто необходимо реализовывать непопулярные меры для сбалансирования финансовых потоков внутри пенсионной системы.

Наиболее устойчивые пенсионные системы — это системы с обязательными (в случае с Данием, Швецией и Нидерландами — квазиобязательными) негосударственными схемами, охватывающими все или практически все население . Поэтому оптимальное направление дальнейшего развития пенсионной системы в стране связано с усилением негосударственной составляющей, формированием прогнозируемых условий и созданием схем для самостоятельного формирования пенсионных сбережений гражданами.

Также важной является автоматизация процессов внутри государственных внебюджетных социальных фондов для сокращения нецелевых расходов, не связанных напрямую с предоставлением средств пенсионерам. Например, речь идет о персонале, который занимается рутинными задачами, которые могут быть автоматизированы с помощью современных технологий и подходов, а именно ИИ, машинного обучения, работы с большими данными. Если большая часть инноваций и изменений для обеспечения их работы в ОСФР по КЧР должна быть имплементирована на федеральном уровне, то мероприятие цифровизации основных хозяйственных процессов и высвобождение чрезмерной части активов и персонала может быть реализовано на уровне отдельно взятого ОСФРФ.

Говоря об источниках финансирования временных дисбалансов, требующих нивелирования в процессе реформирования системы пенсионного обеспечения, считаем, что оптимальным является использование Фонда национального благосостояния РФ. Он может быть использован для значительного повышения объема активов государственного и негосударственных пенсионных фондов. Это позволит создать устойчивый денежный поток, который будет использоваться как для обеспечения потребностей пенсионеров, так и для развития организаций, занятых страхованием социально уязвимых групп или трудящихся граждан, для которых в будущем будут характерны соответствующие риски. Таким образом, воздействие на положение пенсионеров на период реализации соответствующих изменений будет минимальным, но это позволит перейти к более качественному уровню обеспечения потребностей граждан после выхода на пенсию.

В заключении отметим, что система пенсионного обеспечения прошла значимый период развития, но все еще сохраняется ряд существенных дисбалансов. В таком контексте целесообразно обратить внимание на возможность усиления доли негосударственной составляющей путем формирования счетов и схем самостоятельного откладывания средств на момент выхода на пенсию. Также считаем, что целесообразно работать в направлении интенсификации миграционных потоков для увеличения доходной части пенсионной системы Российской Федерации. Кроме того, активное использование инструментов цифровизации и автоматизации позволит сократить объем расходов как на уровне системы пенсионного обеспечения в целом, так и в СФР.

\*\*\*

1. Барышева Г.А., Бабышев В.Ю., Факторы стабильности пенсионной системы России / Г.А. Барышева, В.Ю. Бабышев// *Фундаментальные исследования*. — 2020. — № 1. — С. 58-67.
2. Васильева Е.В. Подходы к построению пенсионной системы: международный и российский опыт/ Е.В. Васьева// *Государственное управление*. - 2020. - № 79. - С. 5-24.
3. Куликова Е.И. Направления развития пенсионных систем: предпосылки и тенденции/ Е.И. Куликова// *Сибирская финансовая школа*. - 2021. - № 2 (142). - С. 83-86.
4. Ованесян С.С. Принципы построения и математические модели формирования солидарного фонда в альтернативной системе пенсионного обеспечения по старости./ С.С. Ованесян// *Baikal Research Journal*. 2021. Т. 12. № 4. С.17-25.
5. Фрумина С.В. Факторы, влияющие на развитие пенсионной системы/ С.В. Фрумина// *Управленческий учет*. - 2022. - № 7-2. -С. 366-371.
6. Шестакова Е.Е. На пути реформирования пенсионных систем: новые технологии и старые проблемы./ Е. Е. Шестакова// *Государственное управление*. - 2020. - № 78. - С. 179-197.

**Урсова А.Н.-М., Урсова А.Б.**

**Экономическая ситуация в России на фоне санкционных ограничений**

*Северо-Кавказская государственная академия  
(Россия, Черкесск)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-307*

#### **Аннотация.**

В данной статье рассматривается влияние санкционных ограничений на экономику России. Введение санкций и ограничений на экономическое взаимодействие с другими

странами привело к изменениям в структуре экономики России. Сокращение доступа к зарубежным рынкам и технологиям стимулировало развитие отечественного производства, увеличение внутреннего спроса и снижение зависимости от импорта. Одновременно, санкции также могли привести к снижению объема иностранных инвестиций и повышению издержек для компаний, что сказалось на общей экономической активности.

Описывается негативное воздействие санкций на финансовый сектор, энергетику и другие отрасли российской экономики. Также обсуждается государственная поддержка, стимулирующая развитие отечественного производства.

**Ключевые слова:** экономика России, санкционные ограничения, развитие экономики, диверсификация, государственная поддержка, модернизация.

### Abstract

This article examines the impact of sanctions restrictions on the Russian economy. The imposition of sanctions and restrictions on economic cooperation with other countries has led to changes in the structure of the Russian economy. Reduced access to foreign markets and technologies stimulated the development of domestic production, increased domestic demand and reduced dependence on imports. At the same time, sanctions could also lead to a decrease in foreign investment and higher costs for companies, which affected overall economic activity.

The negative impact of sanctions on the financial sector, energy and other sectors of the Russian economy is described. Government support stimulating the development of domestic production is also being discussed. Keywords: Russian economy, sanctions restrictions, economic development, diversification, government support, modernization.

**Keywords:** Russian economy, sanctions restrictions, economic development, diversification, government support, modernization.

На фоне санкций экономика России столкнулась с ослаблением национальной валюты, ухудшением доступа к западным финансовым рынкам, а также изменением структуры внешней торговли. В ответ на санкции, правительство предприняло шаги по стимулированию отечественного производства, развитию инфраструктуры и расширению экономических связей с другими странами, что помогло смягчить негативные последствия санкций на экономику.

Несмотря на наличие санкций и ограничений, Российская Федерация продолжает развивать свою экономику, и, несомненно, влияние санкций видимо. Санкции принятые международным сообществом против России в результате её действий на Украине и в Крыму, оказали значительное влияние на российскую экономику.

Экономические санкции, налагаемые США, Европейским союзом и некоторыми другими странами, оказывают негативное воздействие на российскую экономику. Они затрагивают финансовый сектор, энергетику, оборонную промышленность и другие отрасли российской экономики. Инвестиции сократились, иностранные компании ограничили свою деятельность в России, что привело к снижению потенциала экономического роста.

При этом, российская экономика показывает признаки адаптации к новым условиям. Россия усилила свои отношения с другими странами, такими как Китай, Индия, и странами Латинской Америки, чтобы уменьшить зависимость от западных рынков и искать новые возможности для развития торговых и экономических отношений.

Кроме того, Россия активно работает над диверсификацией своей экономики, усиливая секторы, которые могут рассматриваться как альтернативные источники дохода, такие как сельское хозяйство, туризм, инновации и технологии.

Таким образом, санкционные ограничения негативно сказались на экономике России, однако страна активно ищет способы смягчения ущерба и развития своей экономики в новых условиях.

В дополнение, следует отметить, что они также стимулируют внутренние усилия России по модернизации и укреплению отечественных производственных мощностей. Это включает в

себя развитие отечественных технологий, поддержку малого и среднего бизнеса, а также усиление национальной инновационной системы.

Кроме того, Россия ведет активную работу по диверсификации экономики за счет развития невозобновляемых источников энергии, расширения производства высокотехнологичных товаров, а также активизации торговли со странами Восточной Азии, Ближнего Востока и Африки .

Во время пандемии COVID-19 Россия, подобно многим другим странам, столкнулась с вызовами, которые повлияли на экономику. Санкции также оказали влияние на экономическую ситуацию, создавая дополнительные ограничения для внешней торговли и доступа к финансовым рынкам. В ряде случаев санкции могли затруднить импорт медицинского оборудования и лекарств, что оказало влияние на борьбу с пандемией.

Однако, национальные усилия по развитию отечественного производства медицинского оборудования и вакцин позволили России нарастить собственные ресурсы в борьбе с COVID-19. Кроме того, санкции стимулировали страну к укреплению своей экономической независимости и развитию внутренних ресурсов.

Санкционные ограничения в отношении России были введены в ответ на ряд действий, включая аннексию Крыма, участие в конфликте на востоке Украины, нарушения прав человека и демократических принципов, а также за подозрения вмешательства во внутренние дела других стран. Другие страны и международные организации ввели санкции в попытке оказать давление на Россию и принудить к изменению своей политики .

В целом, ограничения оказывают серьезное воздействие на экономику России, но страна продолжает активно адаптироваться к новым условиям и искать способы устойчивого развития. Развитие новых форм сотрудничества и собственных производственных мощностей позволяет уменьшить зависимость от западных партнеров и создать условия для долгосрочного экономического роста .

Кроме того, Россия продолжает внедрять программы государственной поддержки, направленные на стимулирование экономической активности и развитие ключевых отраслей. Это включает в себя субсидии, льготы, кредитование и другие инструменты, способствующие росту предпринимательства и инвестиций.

Также стоит упомянуть, что санкции привели к повышенному вниманию к внутреннему рынку, стимулируя развитие отечественного производства и поддержку местных производителей. Это способствует укреплению экономической самоустойчивости страны и созданию новых возможностей для развития внутреннего бизнеса.

Таким образом, в таких условиях экономика России переживает некоторые вызовы, однако страна активно ищет пути развития и модернизации, основываясь на собственных ресурсах и поиске новых партнеров на международной арене.

\*\*\*

1. Воловик А.В. Санкции США в ответ на воссоединение России и Крыма // Вестник РМАТ/ 2017. - №3. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sanktsii-ssha-v-otvet-na-voossoedinenie-rossii-i-kryma> (дата обращения: 21.04.2024).
2. Жуков В.А., Полянская И.В. Проблемы развития экономики России в условиях санкций // Современные научные исследования и инновации/ 2023. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2023/12/101138> (дата обращения: 18.04.2024).
3. Кашкаш Э.В. Адаптация к санкциям: как Россия ищет новые возможности для развития своей экономики // Экономика и социум/ 2023. - №5-2 (108). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptatsiya-k-sanktsiyam-kak-rossiya-ischet-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-svoey-ekonomiki> (дата обращения: 21.04.2024).
4. Кондратов Д.И. Проблемы и перспективы участия России на мировом энергетическом рынке // Финансовая аналитика: проблемы и решения/ 2013. - №20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-i-perspektivy-uchastiya-rossii-na-mirovom-energeticheskom-rynke> (дата обращения: 21.04.2024).

Фесенко Д.В.

## Применение SWOT-анализа в ресторанном бизнесе

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

doi: 10.18411/trnio-05-2024-308

Научный руководитель: Попова Е.В.

### Аннотация

Организации, которая имеет серьёзные намерения на рынке, необходимо знать и понимать текущую экономическую ситуацию, своё место, свои сильные и слабые стороны. Регулярный анализ своего положения помогает организации грамотно выстраивать стратегическое планирование. Именно для этого применяется метод SWOT-анализа. Определение возможностей даёт возможности организации для развития. Определение угроз может внести коррективы в её деятельность.

**Ключевые слова:** ресторан, SWOT-анализ, клиенты, бизнес.

### Abstract

An organization that has serious intentions in the market needs to know and understand the current economic situation, its place, its strengths and weaknesses. Regular analysis of your position helps the organization to competently build strategic planning. This is exactly what the SWOT analysis method is used for. Identifying opportunities provides opportunities for an organization to develop. The identification of threats can make adjustments to its activities.

**Keywords:** restaurant, SWOT analysis, customers, business.

В настоящее время у современных людей есть большой выбор в плане проведения досуга, одним из вариантов которого может быть посещение различного рода ресторанов и кафе. Посетили, приходя в подобное заведение, хотят не просто пообедать или поужинать, они хотят отдохнуть от повседневной суеты, отвлечься, погрузиться в особую атмосферу посещаемого места.

Ресторанный бизнес представляет собой определённое поле деятельности как предпринимателя, так и для посетителя. Каждому заведению необходимо знать своих конкурентов, понимать свою специфику, которая может быть представлена по-разному, в том числе и фирменным стилем. Для решения этих задач можно использовать SWOT-анализ.

SWOT-анализ - метод стратегического планирования. Он представляет собой анализ четырёх групп факторов, которые влияют на компанию: сильные стороны (strengths), слабые стороны (weaknesses), возможности (opportunities) и угрозы (threats).

SWOT-анализ – это мощный инструмент стратегического планирования, который помогает компаниям оценить их внутренние сильные и слабые стороны, а также внешние возможности и угрозы. Техника SWOT-анализа разработана Альбертом Хамфри, который руководил исследовательским проектом в Стэнфордском университете в течение десятилетий 1960-х и 1970-х годов, в ходе которого были выявлены основания провала корпоративного планирования.

Графическое представление SWOT-анализа в виде матрицы облегчает визуализацию и понимание результатов анализа. Важно проводить SWOT-анализ регулярно, чтобы адаптировать стратегию компании к изменяющейся бизнес-среде и достигать конкурентного преимущества.

В нашем городе представлено достаточно много ресторанов и кафе, среди которых существует конкуренция. Мы предлагаем провести SWOT-анализ для ресторана Ёлки.

Strength - сильными сторонами являются следующие позиции:

- заведение Ёлки отличается качественным обслуживанием, так как проведя эмпирические исследования в результате посещения многих заведений г.

Рязань, мы пришли к выводу, что в ресторане «Ёлки» качество обслуживания находится на высоком уровне;

- посетители заведения оставляют положительные отзывы об обслуживании, качестве еды, особенно отмечают вкус и подачу роллов, многие гости города, говорят, что им советуют данный ресторан;
- у заведения своя система лояльности, которая рекламируется во всех социальных сетях и площадках в интернете. Например, при регистрации новому клиенту будут начислены бонусы, которые можно потратить только в течении семи дней, что способствует привлечению людей. Насколько нам известно, в других заведениях такой системы нет;
- проводится постоянное обучение персонала по кухне, бару и клиентоориентированности, осуществляется контроль над себестоимостью, тратами на рекламу, хозяйственную деятельность. В качестве примера приведём следующее – использование льда особой формы, который снижает себестоимость напитков и придает ему эстетичный вид;
- рассматриваемое заведение развивается благодаря обученному персоналу, который привлекает гостей своим обслуживанием, качественными и красивым блюдами и напитками, ради которых посетители, готовы вернуться сюда, благодаря установленной системе лояльности, в ходе которой осуществляются различные рассылки об акциях и подарках. Это в свою очередь действительно привлекает гостей. Совокупность указанных факторов в итоге дает положительный результат в виде прибыли;
- удобное месторасположения, в центре города, на самой проходимой улице, где рядом располагается много офисов;
- есть курящий и некурящий залы.

Сильные стороны инструмента SWOT-анализа объясняют положительные качества, материальные и нематериальные, внутренние для организации. Они находятся под контролем компании.

Теперь перейдём к рассмотрению слабых сторон.

Среди weaknesses - слабых сторон отметим следующее:

- старый интерьер: многие столы шатаются, на них есть сколы, стулья достаточно старые, темное помещение;
- чопорный сервис, негибкость персонала;
- в связи с тем, что в большинстве случаев на работу в рестораны приходят студенты, персонал не постоянен, очень часто приходится искать новых людей и заново их обучать;
- большинство гостей – это постоянные клиенты, которые заказывают одно и то же. Они не хотят пробовать что-то другое. Следующая категория клиентов – это те, которые приходят лишь потратить баллы, а не отдохнуть, соответственно, из-за своей малой обеспеченности они не готовы тратить. Кроме того, из-за несменяемости меню ряд постоянных гостей перестали приходить;
- сильная экономия средств.

Рассмотренный элемент SWOT-анализа важен для организации. Очень важно наблюдать за слабостями в бизнесе. Слабые стороны - это факторы, которые находятся под контролем компании и умаляют способность получать или поддерживать конкурентное преимущество. Эта составляющая анализа указывает на область улучшения. Слабые стороны могут включать в себя недостаток опыта, ограниченные ресурсы, отсутствие доступа к навыкам или технологиям, низкое качество услуг или плохое расположение бизнеса.

Далее перейдём к возможностям (opportunities) организации, Среди которых можно назвать

- внутренний туризм, в последнее время, из-за событий за рубежом внутренний туризм буквально получил «новое дыхание» и много туристов начало приезжать в г. Рязань;
- цены в магазинах. Сейчас людям выгоднее ходить в кафе и рестораны, чем покупать продукты в магазинах;
- санкции. В ресторанах остаётся алкоголь и продукты, которые сейчас на полках магазинов можно и не найти;

Возможности в SWOT-анализе позволяют оценить внешние факторы, которые могут быть привлекательными для компании и способствовать её успеху. Эти возможности представляют собой внешние перспективы и потенциал компании, которые могут быть использованы через разработку и реализацию маркетинговых стратегий. Они отражают перспективы развития, которые могут помочь компании укрепить свою позицию на рынке и достичь поставленных целей.

Последняя составляющая анализа – угрозы. Среди них следующие позиции:

- хотя и по статистике МГУ люди стали тратить на рестораны и кафе больше, но стоит отметить, что доходы населения не растут, а где и падают, что может привести к кризису, люди будут экономить и выбирать в рестораны реже;
- ужесточение санкций в сфере параллельного импорта может привести к опустошению баров ресторанов страны;
- кризисы в сфере алкогольной продукции или сельского хозяйства могут привести к повышению стоимости закупочных цен, в следствии чего и к повышению цен в ресторане;
- новый вирус и самоизоляция, может привести к закрытию ресторанов;
- отток обеспеченных людей из страны приведет к обнищанию сегмента гостей, которые готовы тратить денежные средства в больших количествах.

Угрозы состоят из факторов, не поддающихся контролю, которые могут поставить под угрозу маркетинговую стратегию или сам бизнес. Они также являются внешними, и компания не контролирует их, но компания может извлечь выгоду из планов действий на случай непредвиденных обстоятельств, если они возникнут. Угроза – это проблема, созданная неблагоприятной тенденцией или развитием, которая может привести к снижению доходов или прибыли. Конкуренция всегда представляет собой угрозу. Возможно, проведённый нами анализ поспособствует дальнейшему развитию ресторана «Ёлки».

SWOT-анализ является полезным инструментом для оценки текущего положения компании и разработки стратегии развития. Важно использовать его в сочетании с другими методами анализа для получения более полной картины.

Делая вывод, можно сказать, что SWOT-анализ представляет собой ценный инструмент для принятия решений и понимания взаимосвязей между компанией и ее окружением. Он позволяет выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, связанные с организацией в новых инициативах. SWOT-анализ помогает пользователям обдумать направления развития, которые компания может выбрать в будущем.

\*\*\*

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы - М.: Финансы и статистика, 2000. - 287 с.
2. Гвозденко А.Н. Использование методики многофакторного SWOT-анализа для разработки стратегических направлений деятельности // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. - № 4. - С. 13-16.
3. Сухарев П.Н., Григоренко А.С. Метод SWOT-анализа: его преимущества и недостатки // Экономические науки. Маркетинг и менеджмент. - 2010. - № 6. - С. 25-28.

**Хаустова Г.И., Гаркавенко А.Ю.**  
**Современное состояние и проблемы в отрасли растениеводства в Российской Федерации**

*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-309

**Аннотация**

Статья содержит анализ производства продукции растениеводства за 2022-2023 г. С учетом сложившихся условий выявлены основные проблемы, стоящие перед производством продукции и намечены пути их решения.

**Ключевые слова:** растениеводство, производство продукции растениеводства, обеспеченность сельскохозяйственной техникой, производство удобрений

**Abstract**

The article contains an analysis of crop production for 2022-2023. Taking into account the prevailing conditions, the main problems facing the production of products are identified and ways to solve them are outlined.

**Keywords:** crop production, production of crop products, provision of agricultural machinery, production of fertilizers.

Растениеводство - основа сельского хозяйства. Возделывая культуры в разных сферах, человек получает продукты питания, сырье для легкой и пищевой промышленности, корма для животных и т.д. [5].

Показателем, свидетельствующим об эффективности этого вида сельскохозяйственного производства, является прибыль от реализации продукции растениеводства, а следовательно - и показатель рентабельности продукции [2].

По результатам 2022 года валовый сбор зерновых и зернобобовых культур составил 157676 млн тонн. В 2023 году были отмечены высокие урожаи по сое, подсолнечнику, плодам и ягодам, а в организованном секторе собран максимальный за 30 лет урожай картофеля. В этом году общую посевную площадь в стране планировалось увеличить на 300 тыс. гектаров до 84,5 млн га. В следствии того, что площадь была увеличена, требуется больше семян и по результатам Всероссийского агрономического совещания было отмечено, что на конец января аграрии страны уже были обеспечены семенами зерновых на 93%, сои – 105%, рапса – 70%. [8]. Для поддержания положительной динамики необходимо оценить трудности, стоящие перед российскими товаропроизводителями

Начиная с 2022 года наша страна столкнулась с целым рядом экономических ограничений. К примеру, в официальном журнале Евросоюза "Official Journal of the European Union. L 111" от 8 апреля 2022 года был опубликован список растительного и посадочного материала, запрещенного к экспорту из ЕС в РФ. Положительным аспектом подобных запретов является, безусловно, снижение уровня конкуренции за счет оттока из страны иностранных компаний и продукции, а также целевая государственная поддержка национальных производителей. [9].

В сложившихся условиях антироссийских санкций, введенных странами Запада в отношении Российской Федерации, важнейшей стратегической задачей в сфере растениеводства является переход на российские семена [3].

По мнению ряда исследователей, подобные ограничения со стороны зарубежных экономических партнеров стимулируют отечественных производителей к реализации производственного потенциала, а также производству нового ассортимента продукции.

Считаем, что в настоящее время необходимо активнее использовать достижения российских селекционеров. Тем более, что в 2023 году каждому региону был установлен план

высева отечественных семян, и такую тенденцию необходимо будет поддерживать в дальнейшем. [6].

В последние годы сохраняется положительная динамика по закупкам аграриями минеральных удобрений, и за пять последних лет объем их внесения в почву вырос на 20 кг в действующем веществе на гектар. Соответственно выросли и урожаи. Валовой сбор сои в России за пять лет увеличился на 2,1 млн тонн и составил 6,74 млн тонн в 2023 году. На 2,1 млн тонн вырос урожай рапса и на 600 тыс. тонн – сбор овощей открытого грунта.

В 2023 году закупка удобрений составила 5,3 млн тонн в действующем веществе, а их внесение на гектар увеличилось почти на 5 кг – до 65 кг/га. В планах на 2024 год – было добиться роста данного показателя до 68 кг/га. [10]. Этому способствует комплекс инструментов, позволяющих сохранять доступность удобрений для аграриев: план закупки, фиксация цен и определенные ограничения экспорта удобрений. Внесение удобрений в пределах рекомендуемых норм позволяет получать более высокие урожаи продукции

РФ является единственной страной в мире, на 100% обеспечивающей себя минеральными удобрениями и поставляющей их за рубеж. В стране производится более 100 марок минеральных удобрений. С 2013 года производители вложили в развитие производства и логистической инфраструктуры более 1,8 трлн рублей. За последние 15 лет производство минеральных удобрений выросло более чем на треть и в прошлом году достигло 23,5 млн тонн (в д.в.).

По данным Росстата, в 2023 году зафиксирован рост производства минеральных удобрений в России. Это связано с несколькими факторами:

Во-первых, увеличился спрос на удобрения со стороны сельхозпроизводителей;

Во-вторых, российские производители удобрений смогли нарастить объемы производства благодаря модернизации оборудования и внедрению новых технологий [1].

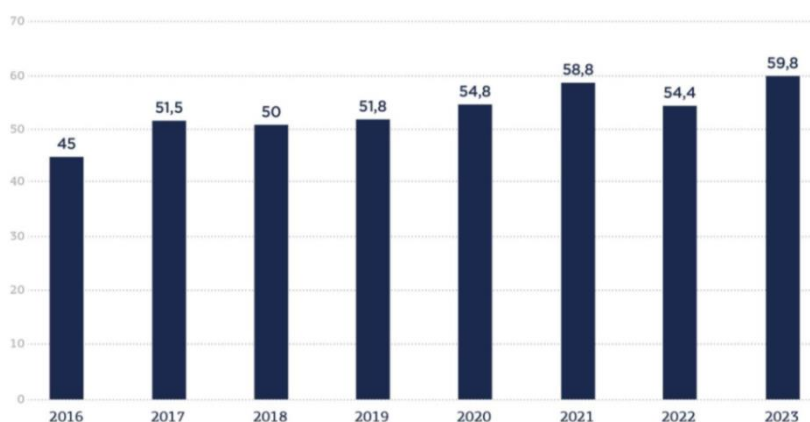


Рисунок 1. Производство удобрений в России, млн, тонн

Также, несмотря на имеющиеся сложности, сохраняется динамика приобретения аграриями техники, в том числе и за счет мер поддержки. В прошлом году они получили на выгодных условиях льготного лизинга 15 тыс. единиц техники и оборудования. Минсельхоз с Минпромторгом реализовали план приобретения российских и белорусских тракторов с фиксацией цен и скидками до 20%. На 2024 год формируется новый план, в который также войдут комбайны и другая самоходная техника. Интенсивное развитие региональной технической модернизации будет способствовать стимулированию обновления парка сельхозтехники.

По плану поставок сельскохозяйственных тракторов российского и белорусского производства в 2023 году было приобретено 5692 трактора – 127% от планового показателя. 47% тракторов закуплено на собственные средства аграриев, 33% тракторов приобретено по лизингу и 14% – по льготным кредитам.

Что касается импорта сельхоз техники в Россию, то можно сказать, что согласно данным Росспецмаш, в 2022 году импорт составил 100 млрд, а к 2023 году он увеличился на 63%.

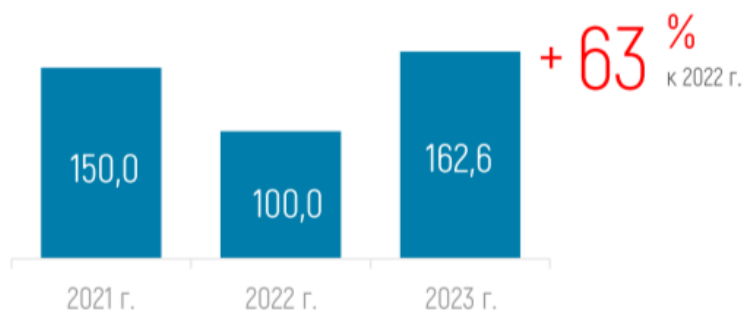


Рисунок 2. Импорт сельхозтехники, млрд руб. (с НДС).

Вопросы производства продукции тесно связаны с необходимостью хранения продукции. В настоящее время имеющиеся мощности по хранению зерна в России позволяют складировать до 150 млн т. Но только половина зернохранилищ могут быть использованы для долгосрочного хранения (на срок более 6 месяцев). Рекордный урожай прошлого года, полученный на волне антиросийских санкций и высоких экспортных пошлин, привел к тому, что в 2023 год страна вошла с рекордными остатками зерна на складах. И если склады в Сибири практически высвободились, благодаря увеличению поставок зерна в Казахстан, то на конец 1 квартала хранилища Юга России содержали запасы пшеницы в 2,36 раза превышающие средние значения последних 5 лет, а в Центре запасы были выше на 86%. Причина сложившегося дисбаланса заключается в изменении географии поставок зерна из-за антиросийских санкций.

В этой связи считаем целесообразным стимулировать процессы импортозамещения. Так, условия геополитического кризиса, с одной стороны, обозначили угрозы развитию отрасли, и напротив, выступили стимулом расширения и развития ее потенциала, открыли новые возможности на перспективу для агробизнеса[7]. В первую очередь речь идет о повышении конкурентоспособности российских товаров и увеличении объема реализации. Согласно Доктрине продовольственной безопасности РФ, целевой показатель самообеспечения семенами основных культур определен на уровне не менее 75% к 2025 году, сейчас он ниже 63%.

Выявленные проблемные моменты при производстве продукции растениеводства позволяют оценить сложившуюся ситуацию; здесь важно помнить о постоянном тесном взаимодействии государства, науки и непосредственно сельскохозяйственных товаропроизводителей [4].

\*\*\*

1. Анализ использования производственного потенциала в сельскохозяйственных организациях Воронежской области / А. Ф. Дорофеев, А. М. Восковых, Е. Е. Зуева [и др.] // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. – 2021. – № 3(31). – С. 166-171.
2. Бондаренко, Е. И. Оценка уровня и анализ себестоимости продукции растениеводства / Е. И. Бондаренко, Е. Б. Панина // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 93-3. – С. 31-34.
3. Измайлова, Л. Н. Анализ себестоимости продукции растениеводства и оценка ее влияния на финансовые результаты / Л. Н. Измайлова, С. М. Поленова // Молодежный вектор развития аграрной науки : материалы 74-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Воронеж, 01 апреля – 31 2023 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 500-509.
4. Иноземцев, Д. М. Оценка деловой активности организации / Д. М. Иноземцев, Д. А. Зобов, Г. И. Хаустова // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения : сборник научных статей 13-ой Международной научно-практической конференции : в 2 т., Курск, 23–24 июня 2023 года / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал; Торгово-промышленная палата; Совет молодых депутатов Курской области; Курская региональная общественная

- организация Вольного экономического общества России. Том 1. – Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал, 2023. – С. 382-389.
5. Панина, Е. Б. Статистический анализ и прогнозирование развития отрасли растениеводства в Воронежской области / Е. Б. Панина, С. И. Панин // Теория и практика инновационных технологий в АПК: материалы национальной научно-практической конференции, Воронеж, 15–23 марта 2022 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2022. – С. 197-210.
  6. Степанова, Т. А. Анализ факторов, определяющих уровень урожайности и урожая сахарной свеклы на примере Воронежской области / Т. А. Степанова // Теория и практика инновационных технологий в АПК: материалы национальной научно-практической конференции, Воронеж, 15–23 марта 2022 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2022. – С. 332-338.
  7. Строкатова, Е. В. Экономический анализ эффективности использования основных средств / Е. В. Строкатова, Г. И. Хаустова, В. А. Лубков // Мир в эпоху глобализации экономики и правовой сферы: роль биотехнологий и цифровых технологий : Сборник научных статей по итогам VI международной научно-практической конференции, Москва, 15–16 июня 2021 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "КОНВЕРТ", 2021. – С. 67-71.
  8. Посевная площадь в 2024 году вырастет на 300 тыс. гектаров — министр / [Электронный ресурс] // Журнал поле РФ: [сайт]. — URL: <https://поле.рф/journal/publication/3695>, 2024.
  9. Импортозамещение в растениеводстве: актуально как никогда. / [Электронный ресурс] // Журнал Dzen: [сайт]. — URL: [https://dzen.ru/a/Y11ieOF\\_wweTcZu6](https://dzen.ru/a/Y11ieOF_wweTcZu6), 2022.
  10. Растениеводство России: итоги, планы, стратегия / [Электронный ресурс] // Журнал “100%” Успеха в Омске”: [сайт]. — URL: <https://dzen.ru/a/Zer34uodQVFiwvSZ>, 2024.

**Хаустова Г.И. , Саввина А.В.**

**Анализ финансового состояния коммерческой организации**

*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I  
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-310

**Аннотация**

В статье рассмотрена необходимость проведения финансового анализа предприятия для поддержания его стабильного функционирования, рационального использования финансовых ресурсов, раскрыта сущность анализа финансового состояния организации в трактовке разных авторов, проведён анализ платёжеспособности, финансовой устойчивости и деловой активности предприятия.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, финансовая устойчивость, платёжеспособность, анализ финансовых показателей, показатели рентабельности, показатели деловой активности.

**Abstract**

The article considers the need for a financial analysis of an enterprise to maintain its stable functioning, rational use of financial resources, reveals the essence of the analysis of the financial condition of the organization in the interpretation of various authors, analyzes the solvency, financial stability and business activity of the enterprise.

**Keywords:** financial condition, financial stability, solvency, analysis of financial indicators, profitability indicators, business activity indicators.

Результаты анализа финансового состояния коммерческой организации являются информационной основой принятия управленческих решений на уровне субъектов хозяйствования и составления прогнозов развития бизнеса.

На данный момент в современном мире значительную долю экономики страны составляют коммерческие организации, выступающие в качестве объекта исследования в данной статье.

Анализ финансового состояния коммерческой организации определяется путём проведения процедуры оценки на основе абсолютных и относительных показателей, которые

отражают состояние капитала в процессе его оборота, и изучения способности компании финансировать свою деятельность на определённый момент времени.

Способности организации к успешному функционированию и развитию, сохранению равновесия активов и пассивов в постоянно изменяющейся внутренней и внешней предпринимательской среде, постоянно поддерживать свою платёжеспособность и финансовую устойчивость свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Определение финансового состояния помогает ответить на вопрос, насколько правильно предприятие управляло финансовыми ресурсами. В соответствии с этим анализ финансового состояния является существенным элементом управления.

Значимость анализа финансового состояния организации опирается на то, что организация, приобретая самостоятельность, несёт полную ответственность за результаты своей работы. Эта ответственность, прежде всего, перед своими акционерами, работниками предприятия, банком, финансовыми органами и кредиторами.

Анализ финансового состояния коммерческой организации является основой для принятия решений на уровне субъектов хозяйствования, с помощью которого выявляются наиболее значимые характеристики и показатели деятельности предприятия и составляются прогнозы его дальнейшего развития.

Поэтому в настоящее время значительно возрастает роль анализа финансового состояния коммерческой организации.

Экономисты, которые дают определение финансовому анализу предприятия, в основном связывают данное понятие с анализом финансового состояния и результатами деятельности организации (таблица 1).

Таблица 1

## Раскрытие понятия «анализ финансового состояния»

<i>Автор</i>	<i>Содержание</i>
<i>Баканов М.И. и Шеремет А.Д.</i>	<i>Российские учёные считают, что «в процессе анализа финансового состояния можно получить небольшое число ключевых (наиболее информативных) параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, на основе которых практически все пользователи финансовых отчётов принимают решения по оптимизации своих интересов» [2].</i>
<i>Бернстайн Л.А.</i>	<i>Считает, что: «анализ финансового состояния – это процесс, который имеет своей целью оценку текущего и прошлого финансового положения и результатов деятельности предприятия, при этом первоочередной целью является определение оценок и предсказаний относительно будущих условий и деятельности предприятия» [3].</i>
<i>Шеремет А. Д.</i>	<i>сигнальным показателем, в котором проявляется финансовое состояние организации выступает её платёжеспособность [11].</i>
<i>Прыкина Л.В.</i>	<i>По ее мнению « анализ финансового состояния - это процесс, основанный на изучении данных о финансовом состоянии предприятия и результатах его деятельности» [7].</i>
<i>Демина А.О.</i>	<i>Финансовое состояние организации — категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота в фиксированный момент времени [4].</i>
<i>Жульева И. Е., Величко Е. Р., Панин С. И.</i>	<i>Финансовое состояние является важнейшей характеристикой степени эффективности проведения экономической деятельности организации [5].</i>
<i>Егорова А. В.</i>	<i>Для оценки финансового состояния предприятия как правило используются различные методы и инструменты [12].</i>

Следовательно, обобщая различные толкования можно дать вытекающее определение: анализ финансового состояния – это процесс изучения финансовых результатов деятельности организации, и её основных показателей финансового состояния, за определённый период времени, с целью принятия заинтересованными лицами инвестиционных, управленческих, и прочих решений.

Необходимость проведения анализа финансового состояния обусловлена следующими составляющими, представленными на рисунке 1.



Рисунок 1. Составляющие проведения анализа финансового состояния.

Выявление и оценка тенденции развития финансовых процессов на предприятии является основной целью анализа финансового состояния организации.

Задачи:

1. Вначале мы оцениваем статистическое и динамическое финансовое состояние коммерческой организации.
2. Находим ходы улучшения или сохранения прежнего финансового состояния коммерческого предприятия, его платёжеспособности и финансовой устойчивости.
3. Разрабатываем конкретные мероприятия, направленные на упрочнение текущего финансового состояния коммерческого предприятия и более эффективное использование финансовых ресурсов этого предприятия.
4. Прогнозируем финансовое состояние коммерческой организации на короткий или более длительный срок.

Согласно методики Крылова С.И. и Ильшева Н.Н. [1] анализ финансового состояния включает в себя следующие направления проведения аналитических процедур (рисунок 2)



Рисунок 2. Направления поведения аналитических процедур которые включаются в анализ финансового состояния.

Анализ ликвидности и платёжеспособности [6, 9, 10] показал (таблица 2), что предприятие является платёжеспособным, но если рассматривать коэффициент абсолютной ликвидности, то он находится ниже нормативного значения в последние три года и в отчётном году его значение наименьшее, и составляет 0,015, что говорит о недостаточном количестве

высоколиквидных активов. Однако, коэффициент промежуточной ликвидности и коэффициент текущей ликвидности, в 2022 году находятся выше нормативного значения и составляют 0,90 и 3,06 соответственно, что отражает хорошую платёжеспособность организации. Однако считаем, что организация имеет нерациональную структуру бухгалтерского баланса, потому что достаточно большая величина медленно реализуемых оборотных активов. Увеличение оборотных активов связано с увеличением дебиторской задолженности и запасов. Запасы являются медленно реализуемыми активами, соответственно это замедляет оборачиваемость оборотных средств и негативно будет сказываться на финансовой деятельности предприятия.

Рассмотрев полученные данные по коэффициентам финансовой устойчивости, можно сказать о том, что в 2020 г. предприятие является финансово устойчивым, так как доля собственного капитала составляла 81%.

Таблица 2

*Показатели финансового состояния на примере ООО «Восток-Агро Воронежской области»*

<i>Показатели</i>	<i>Нормативные значения</i>	<i>2020 г.</i>	<i>2021 г.</i>	<i>2022 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>1. Коэффициенты платёжеспособности</i>				
<i>Коэффициент абсолютной ликвидности</i>	<i>&gt;0,25</i>	<i>0,040</i>	<i>0,044</i>	<i>0,015</i>
<i>Коэффициент промежуточной ликвидности</i>	<i>0,7-1,0</i>	<i>0,65</i>	<i>0,44</i>	<i>0,90</i>
<i>Коэффициент текущей ликвидности</i>	<i>1,0-2,0</i>	<i>3,62</i>	<i>2,72</i>	<i>3,06</i>
<i>2. Коэффициенты финансовой устойчивости</i>				
<i>Коэффициент автономии</i>	<i>&gt;0,5</i>	<i>0,81</i>	<i>0,45</i>	<i>0,47</i>
<i>Коэффициент маневренности собственного капитала</i>	<i>0,4-0,5</i>	<i>0,28</i>	<i>0,47</i>	<i>0,63</i>
<i>Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами</i>	<i>0,4-0,5</i>	<i>0,72</i>	<i>0,63</i>	<i>0,67</i>
<i>3. Коэффициенты деловой активности</i>				
<i>Оборачиваемость запасов</i>	<i>-</i>	<i>2,74</i>	<i>1,71</i>	<i>1,67</i>
<i>Оборачиваемость дебиторской задолженности</i>	<i>-</i>	<i>13,43</i>	<i>9,73</i>	<i>4,04</i>
<i>Оборачиваемость оборотных активов</i>	<i>-</i>	<i>2,25</i>	<i>1,43</i>	<i>1,17</i>
<i>4. Показатели рентабельности</i>				
<i>Рентабельность собственного капитала, %</i>	<i>-</i>	<i>15,66</i>	<i>13,16</i>	<i>21,36</i>
<i>Рентабельность активов, %</i>	<i>-</i>	<i>12,75</i>	<i>5,93</i>	<i>10,09</i>

Но в 2022 году мы наблюдаем резкий спад до 47%, который был связан с увеличением краткосрочных заёмных средств. Снижение показателя говорит о том, что предприятие стало зависимо за последние два года от средств внешних кредиторов. Коэффициент обеспеченности

собственными оборотными средствами составляет 0,67 и показывает долю оборотных активов организации, финансируемых за счёт собственных средств. Коэффициент маневренности (0,63) собственного капитала в динамике повышался и в 2022 году превышает нормативное значение и это говорит о том, что компания может быстро реагировать на изменение в экономике и рынке.

Перейдя к изучению полученных данных по коэффициентам деловой активности, мы имеем право сделать вывод о том, что показатель оборачиваемости запасов уменьшился с 2,74 до 1,67 оборотов в динамике в 2022 году относительно 2020 года, что говорит нам об ухудшении эффективности производственного процесса. На предприятии за период исследования увеличилась потребность в оборотном капитале. Оборачиваемость дебиторской задолженности в 2022 году по сравнению с 2021 годом уменьшилась с 9,73 до 4,04 оборотов, а по сравнению с 2020 годом уменьшилась в 3 раза: это свидетельствует о снижении срока погашения дебиторской задолженности и является отрицательным моментом, поскольку ведёт к увеличению объёма предоставляемого кредита. Оборачиваемость оборотных активов понизилась с 1,43 до 1,17 оборотов, что свидетельствует об относительном увеличении производственных запасов и незавершённого производства или о снижении спроса на готовую продукцию. В нашем случае это было связано с увеличением запасов. В 2022 году по сравнению с 2021 годом запасы увеличились на 319936 тыс.руб или 35%.

Анализируя показатели рентабельности [8] можно сказать, что рентабельность собственного капитала в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась и составила 21,36%. Это говорит о том, что компания надёжна и способна приносить стабильный доход, поскольку она умеет разумно использовать капитал, чтобы увеличивать производительность и прибыль. Увеличение рентабельности активов в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 4,16% свидетельствует о том, что с каждого рубля, вложенного в активы в 2022 году предприятие стало зарабатывать на 4,16 копейки чистой прибыли больше по сравнению с 2021 годом. Указанное увеличение обусловлено снижением коэффициента оборачиваемости активов на 0,26.

Проведённый анализ позволил выявить проблемные моменты в финансовой деятельности предприятия и поэтому мы предлагаем обратить внимание на:

1. Увеличение коэффициента абсолютной ликвидности. Это может быть достигнуто за счёт: держания определённой суммы средств на расчётном счёте неприкосновенно; часть этой суммы размещать в выгодные краткосрочные вложения и следить за состоянием кредиторской задолженности и вовремя гасить долги.
2. Ускорение оборачиваемости активов. Это достигается за счёт следующих мер: сокращения объёмов незавершённого производства, ускорение сроков реализации готовой продукции, уменьшение дебиторской задолженности.
3. Повышение финансовой устойчивости предприятия. Это можно достичь с помощью: увеличения собственного капитала организации, за счёт переоценки вложения средств путём оценки результатов от их вложений, а именно проконтролировать эффективность вложений в различные проекты компании; рационализации заёмных средств финансирования.

\*\*\*

1. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации / Н. Н. Ильшева, С. И. Крылов. – Москва : Финансы и статистика : Инфра-М, 2008. – 238 с.
2. Баканов, М. И. Теория экономического анализа : учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – 4-е издание, переработанное и дополненное. – Москва : Издательство "Финансы и статистика", 2001. – 416 с.
3. Бернстайн, Л. А. Анализ финансовой отчетности : Теория, практика и интерпретация : / Л. А. Бернстайн ; Л.А. Бернстайн ; [Пер. с англ. О.В. Скачкова и др.]. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 623 с.
4. Демина, А. О. Аналитические процедуры в оценке финансового состояния предприятия / А. О. Демина, Е. Б. Панина // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 93-3. – С. 62-64.

5. Жульева, И. Е. Анализ финансового состояния предприятия аграрной сферы на примере ЗАО «Манино» Калачеевского района Воронежской области / И. Е. Жульева, Е. Р. Величко, С. И. Панин // Экономическое прогнозирование: модели и методы : Материалы XVIII Международной научно-практической конференции, Воронеж, 14–15 марта 2023 года / Под общей редакцией И.Н. Щепиной. – Воронеж: Издательство «Истоки», 2023. – С. 75-79.
6. Измайлова, Л. Н. Необходимость оценки ликвидности и платёжеспособности предприятия в современных условиях / Л. Н. Измайлова, Е. В. Саратова // Молодежный вектор развития аграрной науки : материалы 74-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Воронеж, 01 апреля – 31 2023 года. Том Часть IV. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 463-468.
7. Прыкина, Л. В. Экономический анализ предприятия : Учебник / Л. В. Прыкина. – Москва : Юнити-Дана, 2012. – 408 с.
8. Степанова, Т. А. Анализ деловой активности и рентабельности деятельности предприятия / Т. А. Степанова, М. С. Воронина // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 94-4. – С. 12-16.
9. Хаустова, Г. И. К вопросу о проведении анализа платёжеспособности организаций в сельском хозяйстве / Г. И. Хаустова // Теория и практика инновационных технологий в АПК : Материалы национальной научно-практической конференции, Воронеж, 21–30 марта 2023 года. Том Часть III. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. – С. 291-296.
10. Хаустова, Г. И. Платёжеспособность предприятия: понятие, сущность и роль в оценке финансового состояния организации / Г. И. Хаустова, К. А. Цхадая // Актуальные вопросы устойчивого развития АПК и сельских территорий : материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвящённой 50-летию со дня образования кафедры экономического анализа, статистики и прикладной математики, Воронеж, 04 декабря 2017 года. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2018. – С. 211-217.
11. Шермет, А. Д. Комплексная анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.Д. Шермет. - М.: РИОР, 2007. - 255 с.
12. Egorova, A. V. Rating assessment of the financial condition of a commercial organization / A. V. Egorova // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения : сборник научных статей 13-ой Международной научно-практической конференции : в 2 т., Курск, 23–24 июня 2023 года. – Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал, 2023. – Р. 293-299.

**Хузина К.С., Апокина К.В.**

**Роль социального проектирования в регулировании социально-экономической сферы общества**

*ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»*

*(Россия, Уфа)*

*doi: 10.18411/trnio-05-2024-311*

**Аннотация**

Данная статья исследует влияние социальных проектов на развитие социально-экономической сферы общества. Основываясь на анализе роли социальных проектов в формировании благоприятной социальной и экономической среды, автор обсуждает их вклад в повышение качества жизни населения и устойчивый экономический рост. В статье приводятся примеры успешных социальных проектов в России и аргументы в пользу продолжения их развития. Статья может быть полезна для исследователей, практиков и всех, кто заинтересован в теме развития социальных проектов.

**Ключевые слова:** социальные проекты, экономика, качество жизни, развитие, общество.

**Abstract**

This article explores the impact of social projects on the development of the socio-economic sphere of society. Based on an analysis of the role of social projects in shaping a favorable social and economic environment, the author discusses their contribution to improving the quality of life of the population and sustainable economic growth. The article provides examples of successful social projects in Russia and arguments in favor of their continued development. The article may be useful for researchers, practitioners, and anyone interested in the topic of social project development.

**Keywords:** social projects, economics, quality of life, development, society.

### Введение

В современном мире, где общество, экономика и политика находятся в динамичном развитии, социальные проекты становятся все более значимым инструментом не только в обеспечении социальной защиты населения, но и в стимулировании экономического роста. Россия, как страна с разнообразной социальной динамикой и экономическими вызовами, также активно внедряет социальные проекты в свою практику. В рамках данной статьи мы рассмотрим глубже, каким образом социальные проекты воздействуют на экономику России, а также проанализируем их роль в повышении качества жизни населения и общем экономическом развитии.

### Роль социальных проектов в экономике

Роль социальных проектов в экономике не может быть недооценена. Они представляют собой мощный инструмент, способствующий не только социальному развитию, но и экономическому прогрессу, что ведет к устойчивому развитию общества. Они направлены на решение социальных проблем, таких как бедность, безработица, доступность здравоохранения и образования. Посредством поддержки социальных проектов государство «стимулирует развитие человеческого капитала, что в свою очередь способствует росту производительности труда и экономическому росту» [4].

### Положительные аспекты социальных проектов

Одним из ключевых положительных аспектов социальных проектов является их способность улучшать качество жизни населения. Проекты в сфере здравоохранения, например, способствуют снижению заболеваемости и смертности, что уменьшает нагрузку на данную систему и повышает продуктивность труда. Социальные проекты в сфере образования способствуют повышению уровня образованности населения, что влияет на развитие человеческого капитала и увеличение потенциала для инноваций и экономического роста.

Социальные проекты также оказывают прямое воздействие на экономический рост. Инвестиции в социальные программы способствуют «созданию новых рабочих мест, развитию инфраструктуры и поддержанию потребительского спроса. Более того, они способствуют формированию устойчивой экономической среды, что является ключевым фактором для привлечения инвестиций и поддержания долгосрочного роста» [6].

Одним из важнейших вызовов, с которыми сталкивается современная Россия, является демографическая проблема. Социальные проекты, направленные на поддержку семей и детей, а также на улучшение качества здравоохранения, могут способствовать решению этой проблемы. Увеличение рождаемости и сокращение смертности благоприятно сказывается на долгосрочной демографической ситуации, что в свою очередь имеет прямое влияние на экономический рост.

Социальные проекты могут способствовать укреплению социального капитала и повышению уровня доверия в обществе. Реализация проектов, направленных на содействие социальной интеграции, взаимодействие между людьми различных социальных групп и формирование общественных связей, способствует укреплению социальной структуры общества. Это, в свою очередь, может способствовать развитию предпринимательства, инноваций и экономической активности.

Еще одним важным аспектом является социальная ответственность бизнеса. Многие компании вкладывают средства в социальные проекты, что помимо улучшения своего имиджа также способствует социально-экономическому развитию регионов, где эти компании работают.

Однако важно отметить, что эффективность социальных проектов зависит от их правильного планирования, реализации и управления. Необходимо учитывать потребности и приоритеты конкретного общества, а также обеспечивать прозрачность и открытость в процессе реализации проектов.

### Примеры успешных социальных проектов в России

В России существует ряд успешных социальных проектов, оказывающих положительное влияние на экономику и общество. Разнообразные инициативы и проекты охватывают широкий спектр социальных проблем, от экономической поддержки молодежи до защиты окружающей среды и поддержки детей-сирот. Эти программы не только способствуют социальной справедливости, но и оказывают существенное влияние на экономическое развитие страны.

Один из таких проектов - программа по модернизации здравоохранения. Благодаря этой программе была осуществлена модернизация медицинского оборудования и инфраструктуры, что привело к улучшению качества и доступности медицинских услуг для населения.

Еще одним примером является программа по развитию малого и среднего бизнеса "Россия – страна возможностей", поддерживаемая Фондом президентских грантов. Эта программа предоставляет гранты и обучение молодым предпринимателям и социальным предпринимателям. Она помогает не только развитию малого и среднего бизнеса, но и созданию новых рабочих мест и решению социальных проблем. Предоставление поддержки предпринимательской инициативе способствует экономическому росту, инновациям и укреплению экономического потенциала страны.

Другой значимой программой является инициатива по отдельному сбору отходов. Этот проект направлен на уменьшение объема мусора и повышение экологической осознанности населения. Различные регионы России внедряют программы по сортировке отходов, обучают граждан правильной экологической практике и создают специальные пункты приема для переработки отходов. Это способствует не только улучшению состояния окружающей среды, но и развитию экологической индустрии и созданию новых рабочих мест.

Помимо этого, в России активно поддерживается волонтерское движение. Благодаря участию добровольцев в различных социальных проектах и мероприятиях, оказывается помощь нуждающимся и учреждаются новые инициативы. Волонтеры участвуют в помощи детям с ограниченными возможностями, помощи пожилым людям, экологических проектах и многом другом, что способствует формированию доброжелательной и солидарной атмосферы в обществе.

Также стоит выделить программы по поддержке молодежи. Государственные и частные инициативы направлены на предоставление молодежи возможностей для образования, профессионального развития и самореализации. Благодаря таким программам молодое поколение получает необходимые навыки и знания для успешной интеграции в общество и развития карьеры.

#### Заключение

Социальные проекты играют важную роль в экономическом развитии России. Они способствуют улучшению качества жизни населения, развитию человеческого капитала и укреплению социальной стабильности. Поэтому государство, бизнес и общество должны продолжать активно поддерживать и развивать социальные проекты, чтобы обеспечить устойчивое и благополучное будущее для страны и ее граждан. Инвестирование в социальные проекты не только приносит выгоду для общества в целом, но и способствует устойчивому и сбалансированному экономическому росту.

\*\*\*

1. Государственная программа "Развитие здравоохранения" [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosminzdrav.ru/news/2020/05/28/8832-gosudarstvennaya-programma-razvitiya-zdravoohraneniya-na-2020-2024-gody-utverzhdena-v-ramkah-natsionalnoy-strategii-deystviy-v-interesakh-detey>
2. Программа поддержки малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. URL: [https://minpromtorg.gov.ru/activities/business\\_support/msp](https://minpromtorg.gov.ru/activities/business_support/msp)
3. Смирнова Е.А., Кузнецова Ю.А. Влияние социальных проектов на экономику: мировой опыт и российская практика // Экономика и управление: научные исследования. – 2018. – №3. – С. 47-54.
4. Особенности реализации человеческого потенциала в условиях инновационной экономики / К. В. Апокина, Э. Р. Байкова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 3(171). – С. 154-158. – DOI 10.34773/EU.2023.3.27. – EDN LYWLRE.

5. Официальный сайт Российского статистического управления [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru>
6. Экономические основы бизнеса : Учебное пособие для бакалавров, магистрантов, аспирантов, преподавателей, менеджеров, занимающихся проблемами управленческой и предпринимательской деятельности / К. В. Апокина. Том Часть 2. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2022. – 174 с. – ISBN 978-5-7477-5542-0. – EDN HFVVEV.

**Чертухина С.В.**

**Анализ особенностей розничной торговли в современных условиях на примере  
Приморского края**

*ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»  
(Россия, Владивосток)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-312

*Научный руководитель: Шкарина Т.Ю.*

**Аннотация**

Предметом исследования данной работы является анализ зависимости динамики цен товаров розничной торговли в крупных сетях магазинов Приморского края. На базе данного анализа были выявлены проблемы организационной работы сотрудников на основе отзывов реальных покупателей. Проведен анализ возможности внедрения технологий Интернета вещей для повышения показателей цифровизации отдельных точек розничной торговли Приморского края

**Ключевые слова:** ритейл, потребительский спрос, динамика цен, несоответствие цены с системой, административное наказание дирекции, технологии Интернета вещей.

**Abstract**

The subject of the study of this work is the analysis of the dependence of the dynamics of prices of retail goods in large chains of stores in Primorsky Krai. Based on this analysis, the problems of organizational work of employees were identified based on the reviews of real customers. The analysis of the possibility of introducing Internet of Things technologies to increase the digitalization of individual retail outlets in Primorsky Krai is conducted.

**Keywords:** retail, consumer demand, price dynamics, price discrepancy with the system, administrative punishment of the directorate, Internet of Things technologies.

Розничная торговля – особый вид торговой деятельности, который связан с приобретением потребителем товаров для использования в личных и иных целях у лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. Именно поэтому розничную торговлю можно трактовать как основной поставщик продовольственных товаров гражданскому (городскому) населению.

Спрос на потребление продовольственных товаров зависит от ассортимента торговой точки, качества продукции, ценовой политики сети крупных магазинов. Как правило, ассортимент в торговых сетях Приморского края тесно связан с понятием логистической обстановки региона и поставщиков-производителей разного рода продукции в пределах края.

Для начала необходимо рассмотреть статистические данные по спросу категорий пищевой продукции в Приморском крае. Исходя из официальных данных Росстата выделяют 18 укрупненных категорий (79 групп) пищевой продукции розничной торговли [4].

На рисунке 1 приведен график изменения доли продаж в зависимости от года исследования на каждую группу товарной категории. В таблице 1 приведены доли розничной продажи товара разной категории к соответствующей товарной группе по Приморскому краю в период с 2017 по 2021 год, стандартное отклонение на каждую группу товара, коэффициент вариальности на каждую группу пищевых продуктов.

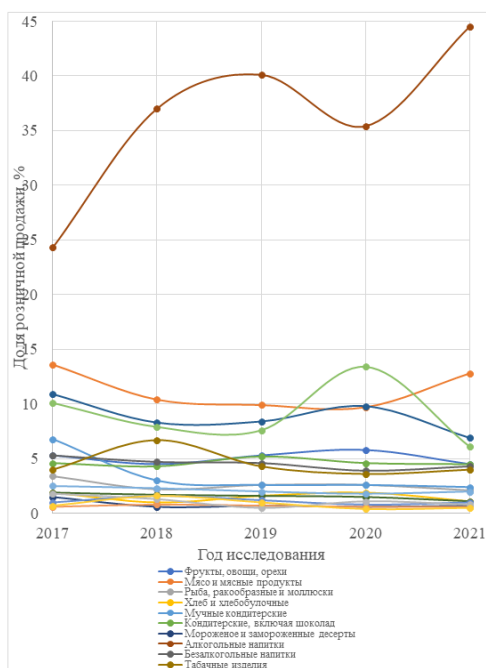


Рисунок 1. График изменения доли продаж в зависимости от года исследования на каждую группу товарной категории

Таблица 1

Доля розничной продажи товара (%) к соответствующей товарной пищевой группе товаров по Приморскому краю [4]

Категория	Доля продаж, %					M	$\sigma$	C <sub>v</sub> , %
	2017	2018	2019	2020	2021			
Фрукты, овощи, орехи	5,3	4,5	5,3	5,8	4,5	5,08	0,57	11,17
Мясо и мясные продукты	13,6	10,4	9,9	9,7	12,8	11,28	1,79	15,90
Рыба, ракообразные и моллюски	3,4	2,2	2,6	2,6	2,1	2,58	0,51	19,84
Хлеб и хлебобулочные	1,9	1,0	1,6	1,9	1,1	1,50	0,43	28,67
Мучные кондитерские	6,8	3,0	2,6	2,6	2,4	3,48	1,87	53,70
Кондитерские, включая шоколад	4,6	4,3	5,2	4,6	4,5	4,64	0,34	7,24
Мороженое и замороженные десерты	1,5	0,6	0,7	0,6	0,7	0,82	0,38	46,76
Алкогольные напитки	24,3	37,0	40,1	35,4	44,5	36,26	7,53	20,77
Безалкогольные напитки	5,3	4,7	4,6	3,9	4,3	4,56	0,52	11,35
Табачные изделия	4,0	6,7	4,3	3,6	4,0	4,52	1,24	27,52
Молочные продукты и яйца	10,9	8,3	8,4	9,8	6,9	8,86	1,53	17,31
Масла и жиры	1,9	1,7	1,6	1,5	1,1	1,56	0,30	19,02
Мука и макаронные изделия	1,0	1,6	1,2	0,8	1,0	1,12	0,30	27,08

<i>Крупа</i>	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,66	0,09	13,55
<i>Переработанные фрукты, овощи, орехи</i>	1,8	1,3	0,5	1,1	0,8	1,10	0,49	45,00
<i>Сахар</i>	0,7	1,6	1,0	0,4	0,5	0,84	0,48	57,46
<i>Чай, кофе, какао</i>	2,5	2,3	2,0	1,8	2,0	2,12	0,28	13,09
<i>Прочие пищевые продукты</i>	10,1	7,9	7,6	13,4	6,1	9,02	2,83	31,43

Таким образом, исходя из расчетов стандартного отклонения и коэффициента вариабельности, можно сделать следующие выводы:

1. Практически все группы товаров имеют стабильную популярность среди всех товаров разных групп и мало сбавляют долю продаж на рынке. Стандартное отклонение практически всех категорий варьируется в пределах от 0 до 1, что показывает устойчивое положение в продажах и малое отклонения от среднего показателя. Исключениями являются следующие группы товаров: мясо и мясные продукты, мучные кондитерские, табачные изделия, молочные продукты и яйца (категории, несильно перевалившие стандартное отклонение 1), а также категории: прочие пищевые продукты, алкогольные напитки (категории с большим отклонением от среднего значения доли продаж). Данные категории выбились из нормального значения отклонения из-за резкого снижения/увеличения их популярности на рынке товаров.
2. Слабо вариабельная категория товаров (коэффициент меньше 10%): кондитерские, включая шоколад – не способна к изменчивости и колебаниям (ожидается стабильная доля продаж на рынке). Средне вариабельные категории (10–20%): фрукты, овощи, орехи, мясо и мясные продукты, рыба, ракообразные и моллюски, безалкогольные напитки, молочные продукты и яйца, масла и жиры, крупа, чай, кофе, какао – способны к изменчивости и колебаниям, но в малых размерах (стабильная доля продаж на рынке с возможными отклонениями от средней доли рынка). Сильно вариабельные категории (больше 20%): хлеб и хлебобулочные, мучные кондитерские, мороженое и замороженные десерты, алкогольные напитки, табачные изделия, мука и макаронные изделия, переработанные фрукты, овощи, орехи, сахар, прочие пищевые продукты – категории, предрасположенные к резким и непредсказуемым изменениям в доле продаж. Данные скачки могут быть связаны с сезонность года, альтернативами на рынке (относящиеся к другой категории товаров), тенденциям общества (например, массовый отказ от мучного, переход на сахарозаменитель, отказ от алкоголя и т.п.).

Данное исследование показало, насколько продуманно должна производиться закупка товара в розничный магазин. Администрация и дирекция сетей магазинов, должны не только предсказать долю продаж, но и позаботиться о своевременной поставке необходимого (популярного) товара для получения максимальной выручки.

Исходя из приведенной статистики оборота пищевой продукции, стоит рассмотреть производство товаров на территории Приморского края. Данная процедура важна для представления зависимости логистических поставок товара на составление цены и наличие их в розничных магазинах.

Исходя из источника [5] на территории Приморского края присутствуют следующие компании по производству пищевой продукции: «Рыбомиров», «Земледар», «Владхлеб», ООО «Вкусные регионы», «Доброфлот», завод минеральных вод «Жемчужина Приморья», «Славда», ООО «Приморская рыбка», ООО «Даль Пряна», «Трансстройресурс», «Зеленые листья», производитель воды «Серебряный лотос», «The мёд», «Дальпико Фиш», ООО «Кор Индустри»,

«Virosko», «Приморский Сахар», «КВЭН», кондитерская фабрика «Валеолог», молокозавод «ГринАгро», ППО «Никольск», «Михайловский бройлер», «Торговый дом ВИК», ООО «Ратимир».

Большинство производства в Приморском крае основано на рыбной, мясной, кондитерской и консервной продукции. Производство крупы и других производится в иных субъектах регионов страны. Таким образом, учитывая таблицу 1, можно сделать вывод, что свежие фрукты, овощи и орехи, алкогольные и безалкогольные напитки, табачные изделия, мука и макаронные изделия, крупа, чай, кофе, какао и прочие пищевые продукты являются импортными с других регионов нашей страны. Также стоит отметить, что для широкого выбора продукции, администрация и дирекция сетей магазинов прибегают к закупкам товара, не производимого на территории Приморского края, особо это касается «распиаренных» и «нашумевших» по телевидению торговых марок, для удовлетворения потребительского спроса [5].

Помимо себестоимости продукции и наценки, на цену товара влияет и доставка товара до пункта сбыта (логистические поставки). Учитывая спрос на продукцию в Приморском крае, стоит рассмотреть и динамику цен в данном регионе. Динамика цен представлена на рисунке 2.

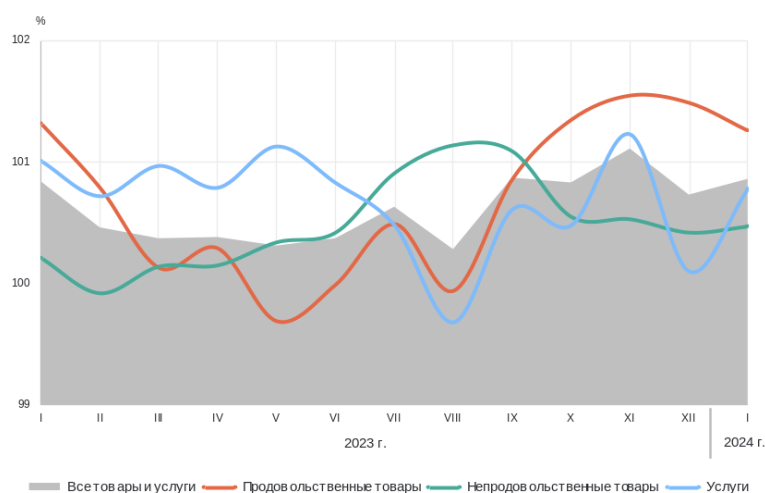


Рисунок 2. Динамика цен на продовольственные продукты питания в период 2023 – 2024 года [7]

Из-за высокой динамики изменения цены в розничной торговле часто встречается ситуация несоответствия ценника на полке (стеллаже) крупного супермаркета с системой продажи [11], [12], [13]. Причины несоответствия цены (исходя из ранее приведенных источников) сведены в таблицу 2.

Таблица 2

*Причины несоответствия цены товара с системой на кассе*

<i>Причина</i>	<i>Трактовка причины</i>
<i>Переоценка товара</i>	<i>Несоответствие цены на товаре и при оплате в системе (не заменили старый ценник)</i>
<i>Неверное расположение ценников</i>	<i>Перепутанные ценники при деятельности товароведа</i>
<i>Утерянный ценник</i>	<i>Потеря бумажного ценника из-за хрупкой (ненадежной) конструкции пластикового ценникодержателя</i>
<i>Неуточненная характеристика товара на ценнике</i>	<i>Не указана масса, объем, количество штук и т.п. на бумажном ценнике</i>
<i>Акционный товар</i>	<i>Сроки действия акции на товар ограничен и после окончания не поменяли ценник</i>

Акционный товар Сроки действия акции на товар ограничен и после окончания не поменяли ценник

Согласно данным официального информационного портала, «Пугачевское время» от 17.04.2023 года во многих крупных сетях по всей России было выявлено увеличение подобных правонарушений [14]. На рисунке 3 представлена диаграмма Парето выявленных нарушений за начало 2023 года в разных сетях магазинов.

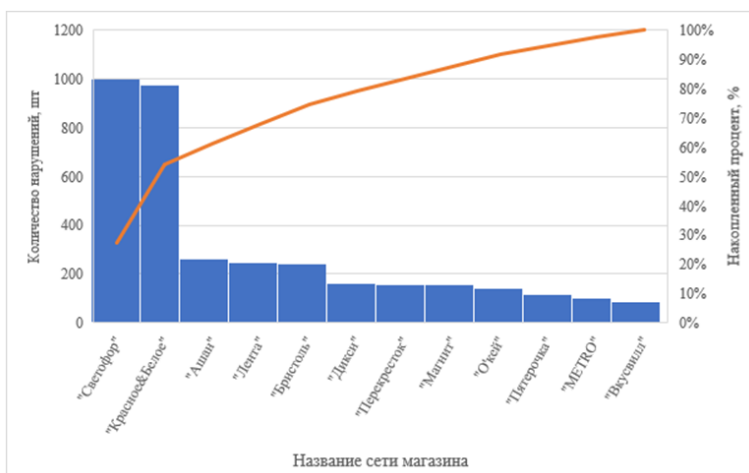


Рисунок 3. Диаграмма Парето нарушений несоответствия цены оповещателя и системы на кассе на начало 2023 года [14]

Данная статистика приведена для западной части страны, но стоит учесть, что многие сети присутствуют и на Дальнем Востоке, а в частности в Приморском крае. Также помимо перечисленных сетей в Приморском крае присутствуют сети магазинов «Самбери», «Реми», «Квартет вкусов», «Тико», «Ок!», «Винлаб», сертифицированные магазины «Ратимир», «ВИК» и т.д., где также зачастую присутствуют данные нарушения. Доказательством этого, являются отзывы реальных покупателей на сети магазинов [8], [9], [10]. Исходя из рассмотренных источников, а также приложения «2ГИС» составлена диаграмма Парето по количеству и основному виду негативных отзывов о магазинах Приморского края. Диаграмма Парето представлена на рисунке 4.

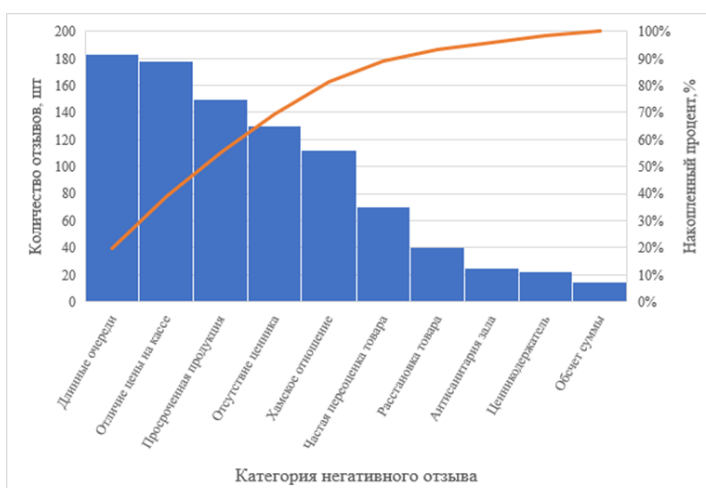


Рисунок 4. Диаграмма Парето по анализу отзывов крупных сетей магазинов Приморского края за 2023 год

Основываясь на проведенном анализе часто встречающимися ключевыми негативными комментариями, является длинные очереди (183 шт.), отличие цена на кассе (178 шт.), просроченная продукция (150 шт.) и отсутствие ценника (130 шт.). Потребители встречаются с ситуацией несоответствия цены оповещателя с системой кассы, что влечет за собой шквал

негативных эмоций, возмущений, а также конфликтов [15]. Исходя из большого количества жалоб в Роспотребнадзор от посетителей розничной торговли, были выпущены рекомендации от Федеральной службы по надзору в сфере прав потребителей и благополучия человека, которые в свою очередь опираются на нормативную документацию, указанную в таблице 3 [16].

Таблица 3

## Нормативная документация

Нормативно-правовой акт	Статья	Краткие положения статьи
Закон РФ от 07.02.1992 №2300–1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей»	2	Цена является обязательной информацией. Продавцу даётся 10 дней на урегулирование конфликта с покупателем, который получил недостоверные сведения о товаре. [1] За невыполнение данных требований следует административное правонарушение со стороны продавца, которое в свою очередь влияет не только на финансовую составляющую организации и сотрудников (штрафы), но и значительно страдает репутация сети магазина, товарный оборот и популярность граждан (покупателей) магазина.
Гражданский Кодекс РФ	426, 429	– Цены должны быть едиными для всех категорий товаров и не превышать 20% наценки от оптовой стоимости единицы товара с учетом транспортировки, акцизы, НДС (помимо льготных, что оговаривается особо); – Договор (купля-продажа) должен заключаться с любым желающим; – Продавец обязан предоставить достоверные сведения о товаре (в том числе и о стоимости); – Продавец обязан возместить убытки, понесенные покупателем из-за сведений, которые оказались недостоверными или были предоставлены несвоевременно. [2]
Кодекс РФ об административных правонарушениях	14.7, 14.8	Штрафы за несоответствия ценника: продавец (сотрудник) обязан заплатить от 3 до 5 тысяч рублей, директор – от 10 до 30 тысяч рублей, организация до 50 тысяч рублей. За нарушение закона «О защите прав потребителя» сотрудники магазина заплатят штраф до 1000 рублей, а магазин – до 10 тысяч рублей. [3]. Кроме этого, покупатель может потребовать возмещения морального и материального вреда, что означает дополнительное наказание.

Данные наказания административного типа, в полной мере указывают на заинтересованность дирекции магазина в предотвращении данных правонарушений.

Учитывая описанные проблемы, целесообразно проанализировать возможность использования технологии "Интернета вещей" в сфере розничной торговли для улучшения опыта клиента в магазине и повышения производительности персонала сети магазинов. В итоге, благодаря инновациям в области розничной торговли можно положительно повлиять на рейтинг крупных сетей магазинов, увеличить чистую прибыль от торговой точки и значительно оптимизировать организацию работы в рабочем пространстве.

\*\*\*

1. Закон РФ от 07.02.1992 №2300–1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей». [Электронный ресурс] – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/).
2. Гражданский Кодекс РФ. [Электронный ресурс] – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/).
3. Кодекс РФ об административных правонарушениях. [Электронный ресурс] – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/).
4. Официальный сайт РОССТАТ. – [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата посещения: 27.05.2023).
5. Перечень крупных производителей- поставщиков товара в Приморском крае. – [Электронный ресурс] URL: <https://productcenter.ru/producers/r-primorskii-krai-201/catalog-produkty-pitaniia-45> (дата посещения: 27.05.2023).

6. Официальный сайт ЕМИСС. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31448> (дата посещения: 28.05.2023).
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Раздел Розничная торговля и общественное питание. [Электронный ресурс] – URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/19\\_14-02-2024.html](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/19_14-02-2024.html) (дата обращения:)
8. Сайт отзывов покупателей на магазины сети «РЕМИ». – [Электронный ресурс] URL: [https://otzovik.com/reviews/set\\_socialnih\\_supermarketov\\_remi\\_russia\\_vladivostok/2/](https://otzovik.com/reviews/set_socialnih_supermarketov_remi_russia_vladivostok/2/) (дата посещения: 27.05.2023).
9. Сайт отзывов покупателей на магазины сети «Самбери». – [Электронный ресурс] URL: [https://otzovik.com/review\\_12011589.html](https://otzovik.com/review_12011589.html) (дата посещения: 27.05.2023).
10. Сайт отзывов покупателей на магазины сети «Винлаб». – [Электронный ресурс] URL: [https://otzovik.com/review\\_9237817.html](https://otzovik.com/review_9237817.html) (дата посещения: 27.05.2023).
11. Информационный журнал «Росконтроль». – [Электронный ресурс] URL: <https://roscontrol.com/ozpp/article/tsena-na-kasse-bolshe-chem-v-tsennike-chto-delat/> (дата посещения: 28.05.2023).
12. Информационный журнал «Тинькофф». – [Электронный ресурс] URL: <https://journal.tinkoff.ru/pereotsenili/> (дата посещения: 28.05.2023).
13. Официальный сайт адвоката Коченкова Виктора Валерьевича. – [Электронный ресурс] URL: [https://pravo18.ru/blog-advokata-kochenkova-v-v/advokat\\_publications/nepravilnyj-czennik-v-magazine-kak-byt-i-kto-prav](https://pravo18.ru/blog-advokata-kochenkova-v-v/advokat_publications/nepravilnyj-czennik-v-magazine-kak-byt-i-kto-prav) (дата посещения: 28.05.2023).
14. Онлайн-журнал «Пугачевское время». – [Электронный ресурс] URL: <https://pugachevskoevremya.ru/nesootvetstvie-cennika-i-stoimosti-na-kasse-massovye-narusheniya-v-torgovyx-setyax-strany> (дата посещения: 28.05.2023).
15. Официальный портал города Иркутск. – [Электронный ресурс] URL: <https://admirk.ru/messages/element/109133/> (дата посещения: 29.05.2023).
16. Информация Роспотребнадзора от 17.02.2022 «О рекомендациях, что делать, если цена на ценнике не совпадает с ценой в чеке». – [Электронный ресурс] URL: [https://www.audar-info.ru/na/article/view/type\\_id/15/doc\\_id/79567/](https://www.audar-info.ru/na/article/view/type_id/15/doc_id/79567/) (дата посещения: 29.05.2023).

Чжэн Х.<sup>1</sup>, Лю С.<sup>2</sup>

### Влияние и возможности коронавирусной эпидемии на российскую экономику

<sup>1</sup>*Universitas Pendidikan Ganesha  
(Бали, Индонезия)*

<sup>2</sup>*Дальневосточный федеральный университет  
(Россия, Владивосток)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-313

#### Аннотация

Исследование влияния коронавирусной эпидемии на экономику России имеет ключевое значение, учитывая серьезные изменения в мировой и национальной экономической среде, вызванные пандемией. Разгорание пандемии привело к немедленным ограничениям в торговле, производстве и потреблении, чему Россия не стала исключением и такое положение создает новые вызовы и возможности для переосмысления и адаптации экономической стратегии, что требует всестороннего анализа последствий для ключевых отраслей и общественного благосостояния, а также изучения возможных долгосрочных трансформаций в структуре рынка труда и инвестиционной активности. В рамках данной статьи рассматривается развитие экономики России до и после пандемии коронавирусной инфекции.

**Ключевые слова:** пандемия, коронавирусная инфекция, экономика

#### Abstract

The study of the impact of the coronavirus epidemic on the Russian economy is of key importance, given the major changes in the global and national economic environment caused by the pandemic. The outbreak of the pandemic led to immediate restrictions in trade, production and consumption, to which Russia was no exception, and this situation creates new challenges and opportunities for rethinking and adapting economic strategy, which requires a comprehensive analysis of the consequences for key industries and public welfare, as well as the study of possible long-term

transformations in the structure of the labour market and investment activity. This article examines the development of the Russian economy before and after the coronavirus pandemic.

**Keywords:** pandemic, coronavirus infection, economy

В России разразилась пандемия COVID-19, первый подтвержденный случай заболевания был зарегистрирован в январе 2020 года. Поначалу распространение вируса шло медленно, но, поскольку в марте 2020 года число случаев заболевания резко возросло, правительство приняло строгие меры, включая карантин и ограничения на поездки и такие меры имели решающее значение для борьбы с распространением болезни, хотя и имели серьезные экономические и социальные последствия, вызвав сокращение экономической активности и значительные нарушения в повседневной жизни по всей стране.

По мере развития пандемии в декабре 2020 года Россия начала одну из первых в мире национальных кампаний вакцинации против COVID-19 с использованием разработанной в стране вакцины «Спутник V», что было расценено как важный шаг к смягчению последствий пандемии. Однако первоначально внедрение вакцины шло медленно из-за скептицизма общественности и проблем с материально-техническим обеспечением. Со временем власти приняли различные меры для повышения уровня вакцинации, такие как лотереи, льготы для вакцинированных лиц и обязательная вакцинация в определенных секторах [1].

К середине 2021 года, несмотря на усилия по вакцинации, Россия столкнулась с новой волной инфекций, вызванных дельта-вариантом, что привело к рекордному количеству случаев и смертей. Система здравоохранения была перегружена до предела, и региональным властям пришлось вновь ввести некоторые ограничения. Этот период высветил сохраняющиеся проблемы в преодолении кризисов в области общественного здравоохранения и важность скоординированных ответных мер, что подчеркнуло динамичный характер пандемии и необходимость постоянной корректировки стратегий общественного здравоохранения в свете сохраняющихся рисков [2].

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на российскую экономику, что отражает как глобальные тенденции, так и уникальные внутренние факторы. В 2020 году валовой внутренний продукт (ВВП) страны сократился примерно на 3%, что стало самым большим снижением со времен мирового финансового кризиса 2008-2009 годов. Ключевыми секторами, которые пострадали больше всего, были сфера услуг, розничная торговля и производство, поскольку они столкнулись с серьезными перебоями из-за карантинных мер и снижения потребительских расходов. Нефтегазовая отрасль, являющаяся краеугольным камнем российской экономики, также столкнулась с проблемами из-за падения мировых цен на нефть и временного сокращения добычи в рамках соглашения ОПЕК+ [3].

Совокупность этих факторов создала сложные условия для бизнеса и экономики в целом. Несмотря на экономический спад в 2020 году, в 2021 году экономика России продемонстрировала признаки восстановления. ВВП вырос примерно на 4,7%, чему способствовало восстановление мировой экономики. Такому росту способствовал возросший спрос на нефть и газ, что привело к увеличению доходов России от экспорта. Внутреннее потребление также начало восстанавливаться по мере ослабления правительственных ограничений и восстановления доверия населения. Однако восстановление было неравномерным, и некоторые отрасли, такие как туризм и гостиничный бизнес, по-прежнему сталкиваются с проблемами из-за ограничений на поездки и опасений по поводу общественного здравоохранения и данные отрасли продолжают испытывать трудности, несмотря на общую положительную экономическую тенденцию [4].

Российское правительство приняло ряд налоговых мер, направленных на смягчение экономических последствий пандемии. Эти меры включают прямую финансовую поддержку предприятий и частных лиц, такую как субсидии и налоговые льготы, а также увеличение государственных инвестиций в здравоохранение и инфраструктурные проекты. В совокупности эти меры бюджетного стимулирования, по оценкам, составляют примерно 4,5% ВВП страны. Однако, несмотря на эти усилия, пандемия усугубила существующие экономические проблемы

в России. К ним относятся низкая производительность труда, зависимость от экспорта углеводородов и демографические проблемы, такие как сокращение рабочей силы [5].

Инфляция также стала серьезной проблемой во время пандемии в России. Потребительские цены значительно выросли в 2021 году, ускорившись к концу года до 6,7%, что значительно превышает целевой показатель Центрального банка в 4% и произошло из-за сочетания таких факторов, как слабый рубль, рост мировых цен на сырьевые товары и сбои в цепочках поставок. Центральный банк отреагировал повышением процентных ставок, чтобы сдерживать инфляцию [6].

Хотя это было необходимо, это также привело к снижению внутреннего спроса, поскольку стоимость заимствований как для потребителей, так и для предприятий возросла. Такое сложное взаимодействие между усилиями по восстановлению экономики и инфляционным давлением демонстрирует сохраняющиеся проблемы, с которыми сталкивается Россия, пытаясь справиться с экономическими последствиями COVID-19.

Пандемия коронавируса, несомненно, оказала глубокое влияние на российскую экономику. Она выявила как уязвимость, так и устойчивость экономики страны. Первоначальный шок, вызванный пандемией, привел к разрушению ключевых секторов экономики, что привело к значительным потерям рабочих мест и выявило недостатки системы здравоохранения. Это побудило к общенациональному пересмотру приоритетов и стратегий. Однако быстрые финансовые меры правительства и последующее восстановление цен на нефть помогли экономике восстановиться. Это свидетельствует о способности российской экономики адаптироваться к неожиданным вызовам. Несмотря на эти усилия, пандемия подчеркнула необходимость диверсификации российской экономики и отказа от зависимости от углеводородов. Такая диверсификация направлена на защиту страны от будущих глобальных экономических потрясений и обеспечение долгосрочной стабильности и роста.

Забегая вперед, можно сказать, что долгосрочные экономические последствия пандемии для России, вероятно, будут характеризоваться ускорением перехода к цифровизации, увеличением расходов на здравоохранение и усилением внимания к экономической политике, способствующей инновациям и снижению зависимости от нестабильных внешних рынков.

Уроки, извлеченные из пандемии, могут способствовать проведению более значительных экономических реформ, направленных на повышение производительности труда, повышение квалификации рабочей силы и улучшение делового климата. Эти реформы могут помочь России преодолеть постпандемический период и определить траекторию развития экономики на ближайшие десятилетия. Поскольку Россия продолжает адаптироваться к новым реалиям, крайне важно, чтобы эти реформы были эффективными для создания устойчивой и диверсифицированной экономики. Это будет необходимо для поддержания конкурентоспособности и процветания страны на мировом рынке.

\*\*\*

1. Манаева И. В., Швецова А. А., Канищева А. В. Оценка влияния пандемии COVID-19 на экономику регионов России //Управленческое консультирование. – 2024. – №. 1. – С. 129-143.
2. Юрьева А. Ю. Влияние пандемии COVID-19 на экономические показатели стран //Экономика устойчивого развития региона: инновации, финансовые аспекты, технологические драйверы развития в сфере туризма и гостеприимства. – 2023. – С. 178-181.
3. Голованов О. А., Тырсин А. Н., Васильева Е. В. Влияние пандемии COVID-19 на социально-экономическое развитие региона // Экономика и математические методы. – 2023. – Т. 59. – №. 2. – С. 54.
4. Фрейхе С., Матыцин М. С., Попова Д. О. Влияние экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19, и антикризисных мер на распределение доходов в России //Вопросы экономики. – 2023. – №. 2. – С. 43-60.
5. Малюков Ю. А., Недосекин А. О., Абдулаева З. И. Оценка влияния COVID-19 на ряд мировых промышленных отраслей //Современные вопросы устойчивого развития общества в эпоху трансформационных процессов. – 2023. – С. 191-200.
6. Маркина С. А., Пияльцев А. И. Влияние пандемии коронавирусной инфекции на динамику поступлений в бюджетную систему Российской Федерации //Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2023. – Т. 12. – №. 6. – С. 128-140.

Ямщикова А.И.

## Влияние миграции на население России

Государственный университет управления  
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-314

Научный руководитель: Долгих Е.А.

**Аннотация**

В данной работе рассмотрена международная миграция и ее положительные и отрицательные факторы влияния. Составлен рейтинг стран с наибольшей численностью эмигрантов и иммигрантов. Выявлены основные факторы, которые привели к миграционному кризису.

**Ключевые слова:** миграционный прирост, эмиграция, иммиграция, гражданство, международная миграция

**Abstract**

This paper examines international migration and its positive and negative factors of influence. A rating of the countries with the largest number of emigrants and immigrants has been compiled. The main factors that led to the migration crisis have been identified.

**Keywords:** migration growth, emigration, immigration, citizenship, international migration

Миграция – социально-экономический процесс, который является одним из фундаментальных демографических механизмов, формирующих воспроизводство, численность и возрастной состав населения.

В России начало XXI в. отмечено ростом миграции в связи с распадом СССР, однако за этот период наша страна претерпела целых 3 волны миграционного кризиса. Первая волна произошла после кризиса 2008 г.: в 2010 г. наблюдалось снижение миграционного прироста. Вторая волна связана с присоединением Крыма в 2014 г., а третья обусловлена пандемией Covid-19 и привела к снижению значения рассматриваемого показателя в 2020 г.

Также следует добавить, что миграционный прирост в 2023 г. с января по сентябрь претерпел понижение до 88,6 тыс. человек. За последние 10 лет более низкие показатели прослеживались во времена закрытых границ – период коронавируса.

На сегодняшний день Россия входит в топ 10 стран, лидирующих по приему иммигрантов и по данным 2020 г., несмотря на волну миграционного кризиса, находится на 4 месте после США, Германии и Саудовской Аравии. Но, к сожалению, она также входит и в топ 10 с наибольшим количеством эмигрантов, расположившись на 3 месте (табл. 1). [1]

Таблица 1

Страны, лидирующие по количеству эмигрантов и иммигрантов в 2020 г.

Список лидеров по числу эмигрантов		Список лидеров по числу иммигрантов	
Наименование страны	Млн человек	Наименование страны	Млн человек
Индия 17,9	США 50,6		
Мексика 11,2	Германия 15,8		
Россия 10,8	Саудовская Аравия 13,5		
Китай 10,5	Россия 11,6		
Сирия 8,5	Великобритания 9,4		
Бангладеш 7,4	ОАЭ 8,7		
Пакистан 6,3	Франция 8,5		
Украина 6,1	Канада 8,0		
Филиппины 6,1	Австралия 7,7		
Афганистан 5,9	Испания 6,8		

При анализе международной миграции было выявлено, что в 2022 г. прибывших граждан РФ из 730,3 тыс. только 40,1%, при этом среди потока иностранцев 87,3% – граждане стран СНГ, большинством из которых являются граждане Таджикистана – 25,5% и Украины – 20,4%. [2]

Изучая данные МВД, можно сделать вывод, что за первое полугодие 2023 года свыше 70% иностранцев и лиц без гражданства преследовали рабочие цели, из которых 50% прибыло в Санкт-Петербург, Москву, Московскую и Ленинградскую области. Центром притяжения является Подмосковье, по данным Росстата за первые 5 месяцев прошлого года переселились чуть более 129,5 тыс. человек, но и отток большой – 93,5 тыс. человек. За весь 2023 г. по данным ведомства, миграционный прирост в Московской области – 81,3 тыс., в Москве - 41,0 тыс., а целом в РФ – более 203,6 тыс. человек. [3]

За январь – июль 2023 г. данные МВД указывают на невысокую долю (примерно 13%) уведомлений об официальных трудоустройствах иностранцев сравнительно фактов постановки на учет, но значение количества оформленных разрешений на работу ниже 1%, из которых при этом менее 50% – высококвалифицированные специалисты, что свидетельствует о доминировании мигрантов с низкой квалификацией. Вдобавок из самой страны идет отток высококвалифицированных кадров. Образованных людей приезжает меньше, чем уезжает, что негативно может отразиться в дальнейшем на уровне развития науки и образования. [4]

Также из-за миграции у России в демографических процессах происходят такие сдвиги, как:

1. Нарушение этнического состава
2. Перемена возрастно-половой пирамиды
3. Изменение социального состава

К положительным моментам миграции относятся:

1. Увеличение спроса и потребления
2. Увеличение объемов производства
3. Удовлетворение в потребности низкоквалифицированных кадрах, не совсем престижных профессий
4. Повышение квалификации местного населения
5. Рост инвестиций благодаря экономии на оплате труда. Как отмечает Х. Борхас, «иммиграция имеет масштабный перераспределительный эффект (трансферт богатства от тружеников к собственникам капитала, использующих труд мигрантов)»
6. Увеличение налоговых поступлений
7. Ускорение экономического роста
8. Некий амортизатор во время кризисов и безработицы, не обеспечиваются иностранцы пенсиями
9. Развитие торговых связей и прямых иностранных инвестиций
10. Предприниматели – иммигранты способствуют экономическому росту и инновациям.

К негативным же можно отнести:

1. Снижение заработной платы
2. Конкуренция на рынке труда с местным населением
3. Нагрузка на государственные услуги
4. Увеличение иждивенцев, получающих государственные пособия
5. Вывод части денег из страны
6. Смещение рабочих мест

7. Ухудшение уровня преступности
8. Возникновение конфликтов, напряженность в обществе
9. Проблемы с ассимиляцией
10. Рост нелегальной миграции

Из всего вышеуказанного можно сделать вывод, что миграция имеет не только отрицательный эффект, но и много положительных моментов. Нельзя оценивать миграцию отрицательно, в частности, трудовую.

Государству посредством миграционной политики необходимо решать такие проблемы как: сокращение безработицы, создание благоприятных условий для возвращения образованных людей, регулирование «качества» иностранной рабочей силы и др. Федеральная миграционная служба может давать эфиры с объяснением значимости миграции для местного населения, чтобы избежать напряженности в обществе и избавиться от стереотипов, что миграция - это плохо и русские живут только в России. Также взаимодействие между собой стран и в целом мирового сообщества в миграционной политике в дальнейшем может привести к сокращению негативных факторов.

\*\*\*

1. Иммиграция по странам 2024, [Электронный ресурс] - URL: [https://translated.turbopages.org/proxy\\_u/en-ru.ru.7a28fb75-66252d08-89263b7a-74722d776562/https/worldpopulationreview.com/country-rankings/immigration-by-country?\\_ya\\_mt\\_enable\\_static\\_translations=1](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.7a28fb75-66252d08-89263b7a-74722d776562/https/worldpopulationreview.com/country-rankings/immigration-by-country?_ya_mt_enable_static_translations=1) (дата обращения 20.04.2024 г.)
2. Росстат. Численность и миграция населения РФ в 2022г., Excel – файл – URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul\\_migr\\_2022.xlsx](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_migr_2022.xlsx) (дата обращения 21.04.2024 г.)
3. Росстат. Социально – экономическое положение России, [Электронный ресурс] - URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/madiabank/osn-01-2024.pdf> (дата обращения: 19.04.2024 г.)
4. Статистические сведения по миграционной ситуации, [Электронный ресурс] – URL: <https://xn--b1ai/dejatelnost/statistics/migracionnaya?ysclid=lv9owual9z913771866> (дата обращения: 21.04.2024 г.)
5. Социокультурные аспекты глобальной миграции, [Электронный ресурс] – URL: [http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/tableeva\\_soc\\_kult\\_asp\\_migration.pdf](http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/tableeva_soc_kult_asp_migration.pdf) (Дата обращения: 19.04.2024 г.)

**Larin S.N., Noakk N.V., Volkova A.D., Kostina T.A.**

**Using the Assessment Center tools for diagnostics managerial and professional competencies of personnel**

*Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences  
(Russia, Moscow)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-315

**Abstract**

This article substantiates the possibilities of using the Assessment Center tools for diagnosing the managerial and professional competencies of personnel and the formation of human capital of an enterprise. In modern conditions, personnel represent the basis of the human capital of an enterprise. In this regard, approaches to increasing his managerial and professional competencies are becoming increasingly relevant. The purpose of this study is to analyze the functionality and tools of the Assessment Center method for diagnosing managerial and professional competencies. The personnel selected were mid-level managers from one of the enterprises in the most dynamically developing sector of the economy - the development, implementation and development of digital economy products. To conduct an empirical study, the tools of the Assessment Center were selected, as well as methods of qualitative and quantitative analysis of managerial and professional competencies of managers. This apparatus made it possible to determine the importance of managerial and professional competencies in the formation of human capital of enterprises and to implement in practice a dynamic approach to assessing their level. The results obtained during the study make it possible to implement a group or individual approach to training enterprise personnel and developing the necessary managerial and professional competencies.

**Keywords:** enterprise, personnel, human capital, managerial and professional competencies, formation.

#### **Аннотация**

В данной статье обоснованы возможности использования инструментария Ассесмент центра для диагностики управленческих и профессиональных компетенций персонала и формирования человеческого капитала предприятия. В современных условиях персонал представляет основу человеческого капитала предприятия. В этой связи повышенную актуальность приобретают подходы к росту его управленческих и профессиональных компетенций. Целью данного исследования является анализ функциональных возможностей и инструментария метода Ассесмент центра для диагностики управленческих и профессиональных компетенций. В качестве персонала были выбраны менеджеры среднего звена управления одного из предприятий наиболее динамично развивающейся сферы экономики - разработки, внедрения и развития продуктов цифровой экономики. Для проведения эмпирического исследования был выбран инструментарий Ассесмент центра, а также методы качественного и количественного анализа управленческих и профессиональных компетенций менеджеров. Этот аппарат позволил определить значение управленческих и профессиональных компетенций в формировании человеческого капитала предприятий и реализовать на практике динамический подход к оценке их уровня. Полученные в ходе исследования результаты позволяют реализовать групповой или индивидуальный подход к обучению персонала предприятий и развитию у него необходимых управленческих и профессиональных компетенций.

**Ключевые слова:** предприятие, персонал, человеческий капитал, управленческие и профессиональные компетенции, формирование.

#### **Introduction**

The implementation of sanctions restrictions had a negative impact on the production and economic activities of many Russian enterprises. Therefore, in modern conditions, promising directions and opportunities for their progressive development are largely determined by the high level of managerial and professional competencies of personnel. They play a decisive role in the formation of human capital of enterprises. The industry affiliation of each enterprise and a number of other key factors of its production and economic activity presuppose the need to individualize approaches to the formation of human capital of each enterprise.

The development of human capital of enterprises is especially important for minimizing the negative impact of sanctions restrictions. It is based on achieving optimal correspondence between the development of management competencies of the management level of the enterprise (managers at the top, middle and lower levels of management) and the professional competencies of specialists at various levels involved in the production of products. Naturally, the managerial and professional competencies of enterprise personnel are constantly changing over time. Therefore, it is of paramount importance to ensure an optimal balance between them, depending on the profile of the enterprise's production and economic activities, its industry affiliation and a number of other key factors.

#### **Purpose of the study**

The purpose of this study is to analyze the functionality and tools of the Assessment Center (AC) method, as well as methods of qualitative and quantitative analysis for diagnosing the managerial and professional competencies of enterprise personnel.

#### **Materials and research methods**

To achieve this goal, the six most significant managerial and professional competencies of middle-level managers were selected from the point of view of their influence on the performance of each manager and the enterprise as a whole. They included: result orientation, leadership, performance

management, ability to work in a team, stress resistance, self-organization. AC tools [1, 2], as well as methods of qualitative and quantitative analysis, were used as methodological support for the research and assessment of management competencies.

The assessment center is one of the most objective methods used to assess professional and managerial competencies [4, 5]. Its objectivity is ensured by the use of various tools (business games, cases, interviews, basketball method, etc.), clearly defined behavioral indicators, and the involvement of experts who have undergone special training [6]. The works of many Russian and foreign scientists are devoted to describing the theory and practice of using the AC methodology and tools [1, 3, 7, 8]. In their works, they substantiate the feasibility of its use for a variety of purposes, one way or another related to the assessment of professional and managerial competencies of enterprise personnel [3, 9].

To assess the management competencies of middle managers of the enterprise, a three-point scale with a step equal to "0.25" points was chosen. The study sample consisted of 12 middle managers of the enterprise (heads of departments), whose age ranged from 24 to 47 years. Among them were 9 men and 3 women.

The process of assessing the management competencies of middle managers of an enterprise using the AC method was carried out using standard technology and contained all the prescribed stages [1, 3, 5]. The results of the qualitative and quantitative analysis of management competencies are given below.

#### Results and discussion

The final scores for each competency and for the totality of competencies for each of the 12 middle managers are given below (see Table 1).

Table 1

Summary table with final assessments of the competencies of each manager.

No p/p	Evaluation criterion (competence)	Participants											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Result oriented	1,25	2,25	2,0	1,75	2,0	1,75	2,0	2,0	1,5	1,75	0,5	2,0
2	Leadership	0,75	1,5	1,5	2,0	1,5	1,5	1,5	1,75	1,0	1,25	1,0	1,25
3	Execution Management	1,0	2,0	1,25	1,75	1,5	1,75	1,5	2,0	1,5	1,25	1,75	1,25
4	Skill to work in team	1,5	1,0	1,75	1,75	1,5	1,25	1,75	1,75	1,5	2,0	2,25	1,75
5	Stress resistance	1,75	1,5	1,75	2,0	1,75	1,75	1,5	1,5	1,5	2,0	1,0	2,0
6	Self-organization	1,5	1,5	1,5	2,0	1,5	1,5	1,5	2,0	2,0	1,75	1,75	1,75
Final assessment of competencies		1,3	1,6	1,6	1,9	1,6	1,6	1,6	1,8	1,5	1,6	1,4	1,7

To illustrate the qualitative and quantitative analysis of the data in Table 1, graphs for presenting assessments for each of the studied management competencies were used. Thus, Chart 1 shows assessments of the managerial competence "Result Orientation", which show that the majority of middle managers of the enterprise have a level of this competence that should be considered above average (1.75 <math>\square</math> 2.0). It is understood by all managers and is actively applied by them in practice. From this we can conclude that the majority of middle managers clearly understand the tasks assigned to them, are focused on achieving results, and make certain efforts to implement the planned tasks. Many people tend to be flexible in finding solutions. Noteworthy are the similar overall values for this competency of the following groups of managers: No. 2, 3, 5, 7, 8, 12 (2.25; 2.0; 2.0; 2.0; 2.0; 2, 0 respectively); No. 4, 6, 9, 10 (1.75; 1.75; 1.5; 1.75, respectively). The ratings of this managerial competence from managers No. 1 and No. 11 (1.25 and 0.5 points, respectively) stand out from the overall picture for the worse.

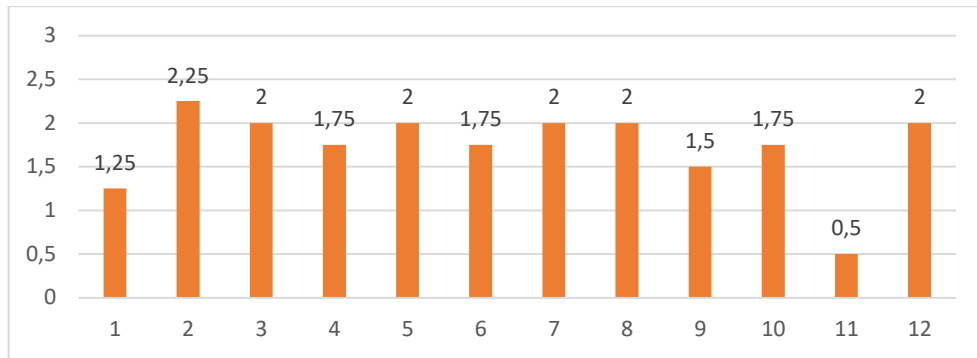


Figure 1. Summary data for the "Results Orientation" competency. Assessments of the management competency "Leadership" are presented in Chart 2.

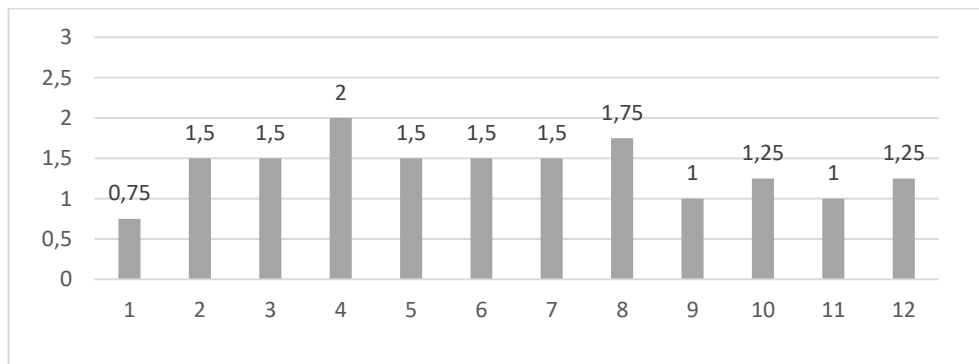


Figure 2. Summary data for the Leadership competency.

It clearly shows that for the majority of middle managers they are in the development zone and are generally the weakest competency in the sample under study. Most of the managers assessed, with few exceptions, do not seek to occupy a leadership position in the group, preferring the roles of observer and performer, or seek to transfer this function to a stronger leader. In communications, managers usually display a partnership style of communication, both among themselves and in situations of interaction with subordinates, which, obviously, is part of the company's corporate culture.

For this competency, the following groups of managers with similar scores are distinguished: No. 1, 9, 11 (0.75; 1.0; 1.0, respectively); No. 2, 3, 5, 6, 7 (1.5; 1.5, 1.5; 1.5; 1.5, respectively).

Assessments of the management competency "Execution Management" are presented in Chart 3.

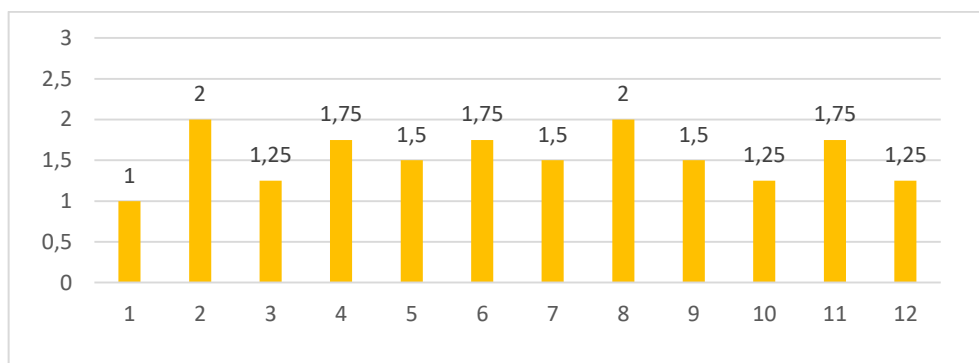


Figure 3. Summary of data on the "Execution Management" competency.

The graph shows that most managers are at an average or above average level of development. Consequently, they generally understand and practice this management competency. They are able to assign tasks to subordinates and evaluate the results of their work. Some managers know about the need and importance of delegating their powers, but, as a rule, they do it intuitively, not always

understanding which functions can be delegated to others. Such an important function of a manager as control also requires special attention. Unfortunately, the vast majority of managers have demonstrated a lack of skills in intermediate control of the work of subordinates.

For this competency, the following groups of managers with similar scores are distinguished: No. 2, 4, 6, 8, 11 (2.0; 1.75; 1.75; 2.0; 1.75, respectively); No. 1, 3, 10, 12 (1.0; 1.25; 1.25; 1.25, respectively).

Assessments of the managerial competence “Ability to work in a team” are presented in Graph 4. The graph shows that this competence is at a fairly good level of development. The middle managers who participated in its assessment showed an interest in solving team-wide problems, effective and efficient team interaction, the ability to create a comfortable working atmosphere in the team and a willingness to contribute to the development of this management competency. Individual managers have the skills to motivate subordinates.

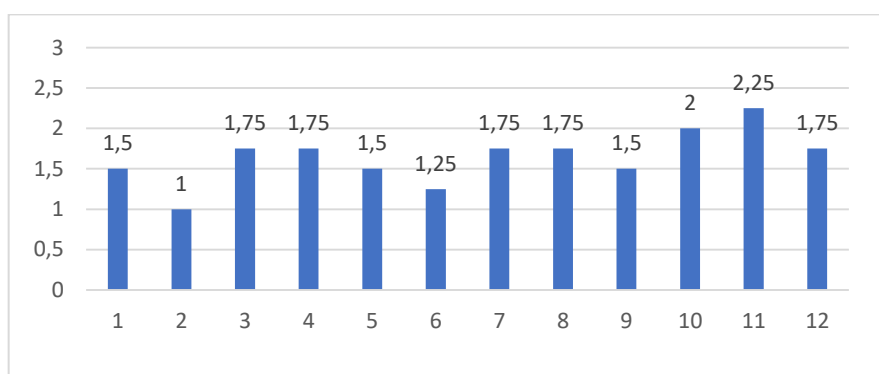


Figure 4. Summary data on the “Ability to work in a team” competency.

For this competency, the following groups of managers with similar scores are distinguished: No. 2, 6 (1.0; 1.25, respectively); No. 3, 4, 7, 8, 12 (1.75; 1.75; 1.75; 1.75; 1.75, respectively); No. 1, 5, 9 (1.5; 1.5; 1.5, respectively); No. 10, 11 (2.0; 2.25, respectively).

Assessments of the managerial competence “Stress resistance” are presented in Graph 5. The graph shows that this competence is at an average level of development. During its assessment, managers showed the ability to keep their emotions under control, respond adequately to an unfriendly attitude, remain calm, work effectively in stressful situations and quickly recover from them, as well as high performance under long-term workloads with a large amount of information.

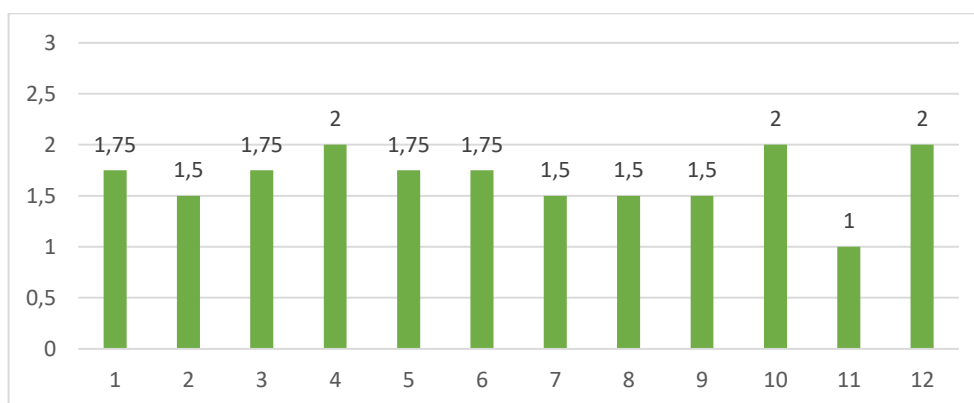


Figure 5. Summary data on the “Stress Resistance” competency.

For this competency, the following groups of managers with similar scores are distinguished: No. 1, 3, 4, 5, 6, 10, 12 (1.75; 1.75; 1.75; 1.75; 2.0; 2.0 respectively); No. 2, 7, 8, 9 (1.5; 1.5; 1.5; 1.5, respectively); No. 11 stands apart (1.0 point exactly).

Assessments of the managerial competence “Self-organization” are presented in Graph 6.

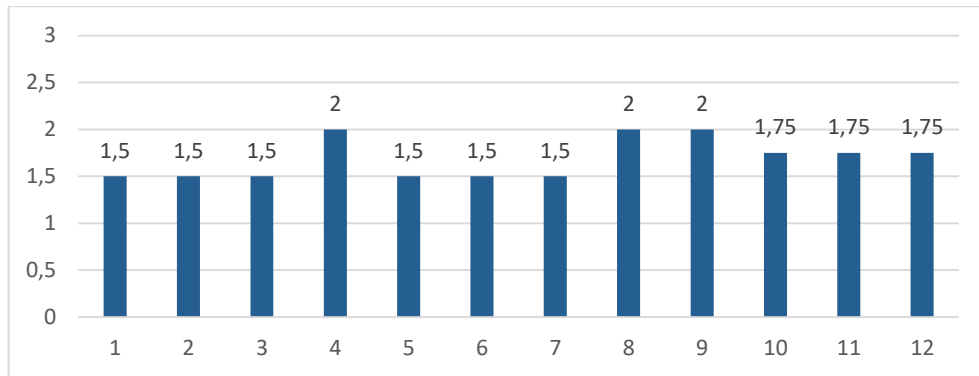


Figure 6. Summary data on the "Self-organization" competency.

The graph shows that this competence is demonstrated at an average level. Managers in general know how to plan their actions over time, rationally set priorities, although they do not always do this effectively, they confuse the concept of urgency and importance of tasks, most managers prefer to see and track strict deadlines, some know how to organize things during the day harmoniously and efficiently, group them in order of importance, but only a small part. Almost all managers understand the importance of managing such a resource as tracking time within a business task during its implementation, but do not actually track it; During the AC process, timing units were observed only by individual managers.

For this competency, the following groups of managers with similar ratings are distinguished: No. 1, 2, 3, 5, 6, 7 (1.5; 1.5; 1.5; 1.5; 1.5, respectively); No. 4, 8, 9, 10, 11, 12 (2.0; 2.0; 2.0; 1.75; 1.75; 1.75, respectively).

In general, in the obtained results of assessing a number of competencies of the studied sample of middle managers, the following circumstances attract attention:

1) the absence of scores above 2.25 points for any competency, which indicates the degree of development of competencies only at the level of experience, when competency is manifested in standard situations, therefore, the manifestation of competencies in non-standard, creative situations requiring initiative is not typical for the sample under study ;

2) the possibility of identifying groups according to the level of development of competencies, which makes it possible to structure the sample in terms of developing training programs for the development of those competencies that are not yet sufficiently developed in the sample under study.

Before conducting correlation analysis, the obtained assessments of management competencies were compared with the Kolmogorov-Smirnov normal distribution. Since in our case the distribution turned out to be non-normal, it was decided to use the nonparametric Spearman test.

Below is a table of correlations between all competency variables (see Table 2).

Table 2

Correlations between all competency variables.

			Result oriented	Leadership	Execution Management	Skill to work in team	Stress resistance	Self-organization
Spearman's rho	Result oriented	Correlation coefficient		<b>0.601</b>	0.228	-0.260	0.046	-0.309
		Meaning (double-sided)		0.039	0.476	0.415	0.888	0.328
		No.		12	12	12	12	12
	Leadership	Correlation coefficient			<b>0.574</b>	-0.072	0.131	0.071
		Meaning (double-sided)			0.051	0.823	0.684	0.826
		No.			12	12	12	12
	Execution Management	Correlation coefficient				-0.183	<b>-0.509</b>	0.250
		Meaning (double-sided)				0.569	0.091	0.432
		No.				12	12	12
	Skill to work in	Correlation coefficient					0.080	0.440

team	Meaning (double-sided)							0.804	0.152
	No.							12	12
Stress resistance	Correlation coefficient								0.036
	Meaning (double-sided)								0.912
	No.								12

When analyzing the correlation matrix of the answers given by the respondents, an average positive relationship was identified between the “Result Orientation” and “Leadership” competencies (0.601). It is due to the fact that both competencies have a proactive component, since each of them implies the manager’s activity in achieving the goal. A positive relationship was also found between the “Leadership” and “Execution Management” competencies (0.574). Its presence can be interpreted in this way: both competencies are related to personnel management and are acquired by managers during this process. Accordingly, it can be assumed that a manager who pays more attention to leading others and growing his professionalism developed both competencies simultaneously.

Noteworthy is the identification of an average negative relationship between the management competencies “Stress Resistance” and “Performance Management” (-0.509). This may be due to the fact that more stress-resistant managers are able to work with more information and tasks and have less need to delegate tasks to others (the latter is related to the “Execution Management” competency). At the same time, less stress-resistant managers tend to delegate more tasks to other performers in order to “unload” themselves and reduce the influence of stress factors, such as multitasking and the need to work with large amounts of information.

In order to obtain grounds for the formation of training groups for the subsequent development of managers' competencies, a correlation analysis of assessments for all competencies between them was carried out. As a result, the following connections were identified:

- a high positive relationship between managers No. 1 and 10 (0.924) (correlation is significant at the level of 0.01 (two-sided)), as well as between managers No. 10 and 12 (0.886) (correlation is significant at the level of 0.01 (two-sided));

- average positive relationship between managers No. 1 and 12 (0.828) (correlation significant at the level of 0.05 (two-sided)), between managers No. 2 and 6 (0.833) (correlation significant at the level of 0.05 (two-sided)), between managers No. 3 and 7 (0.798) (correlation is significant at the 0.05 level (two-sided)); between managers No. 3 and 12 (0.835) (correlation is significant at the 0.05 level (two-tailed)).

For optimal planning of activities for the development of managerial competencies, it is possible to unite managers into groups based on the principle of similarity of the results they obtained. To do this, you can use the results of qualitative and quantitative analysis of the obtained assessments of their competencies (see Tables 2 and 3).

Table 3

Identifying the relationship between the “Managers” variables

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pearson correlation		-0.347	<b>0.453</b>	0.124	0.243	-0.055	0.081	-0.388	<b>0.644</b>	<b>0.924</b>	0.184	<b>0.828</b>
	Value (two-way)		0.445	0.308	0.790	0.600	0.907	0.864	0.390	0.118	0.003	0.693	0.021
2	Pearson correlation			0.055	-0.312	<b>0.611</b>	<b>0.833</b>	0.340	<b>0.557</b>	0.000	-0.412	-0.636	-0.001
	Value (two-way)			0.907	0.496	0.145	0.020	0.455	0.194	1.000	0.358	0.124	0.998
3	Pearson correlation				-0.176	<b>0.798</b>	-0.001	<b>0.798</b>	-0.230	0.000	<b>0.698</b>	-0.479	<b>0.835</b>
	Value (two-way)				0.705	0.031	0.998	0.031	0.620	1.000	0.081	0.277	0.020
4	Pearson correlation					-0.221	0.003	-0.656	-0.450	0.000	-0.006	-0.210	0.003

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5	Value (two-way)					0.634	0.996	0.110	0.311	1.000	0.990	0.652	0.995
	Pearson correlation						<b>0.583</b>	0.715	0.003	0.000	0.352	-0.785	<b>0.696</b>
6	Value (two-way)						0.170	0,071	0.994	1.000	0.438	0.037	0.082
	Pearson correlation							-0.002	0.097	0.000	-0.241	-0.661	0.121
7	Value (two-way)							0.997	0.835	1.000	0.603	0.106	0.797
	Pearson correlation								0.295	0.000	0.352	-0.324	<b>0.522</b>
8	Value (two-way)								0.521	1.000	0.438	0.479	0.230
	Pearson correlation									0.386	-0.411	0.093	-0.241
9	Value (two-way)									0.392	0.360	0.842	0.603
	Pearson correlation										<b>0.461</b>	0.366	<b>0.463</b>
10	Value (two-way)										0.297	0.419	0.296
	Pearson correlation											0.111	<b>0.886</b>
11	Value (two-way)												-0.282
	Pearson correlation												0.540

Based on these results, the following groups were formed: group 1, in which it is advisable to include managers No. 1, 3, 5, 7, 9, 10, 12; group 2, in which it is advisable to include managers No. 2 and 6. For managers No. 8, 11 and 4, no connections were identified in the correlation matrix.

To visualize the data, individual graphs of the profiles of management competencies of managers No. 8, 11 and 4 were constructed (graphs No. 7, 8, 9, respectively).

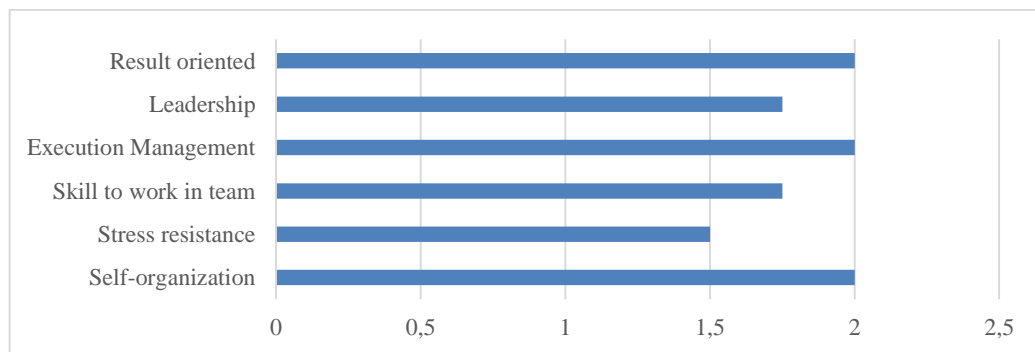


Figure 7. Individual competency profile of a manager at No. 8.

As we see, in the individual competency profile of manager No. 8 (Graph 7), in general, all competencies are at a similar level of development (1.75÷2.0 points), with the exception of the “Stress Resistance” competency (1.5 points). There are 3 “peaks” of competencies – “Result Orientation”, “Execution Management” and “Self-Organization” (all 2.0 points). Overall, this manager has a high (compared to others) average competency score. In addition, he has a fairly high score in the “Leadership” competency, which is the least developed among all competencies in the sample of managers under study. Thus, for all groups of competencies, this manager scored above the average for

the group (with the exception of participant No.4). This makes manager No.8 stand out from the rest of the group in a better way.

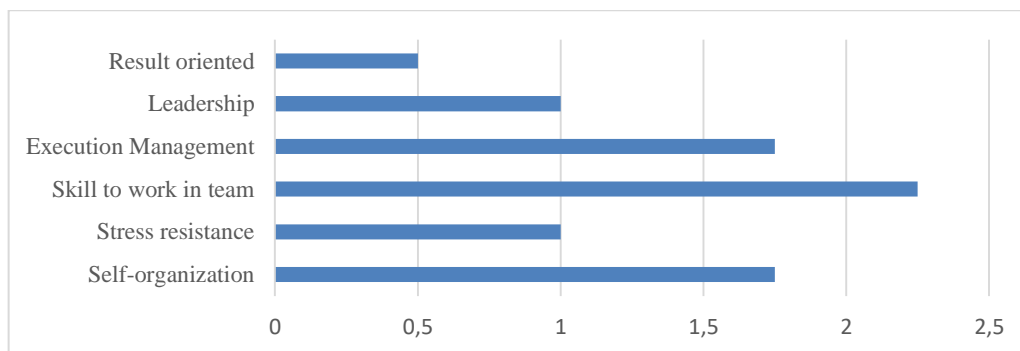


Figure 8. Individual competency profile of a manager under No. 11.

In graph 8 there is clearly only one peak value, which falls on the competency “Ability to work in a team” (2.25 points). At the same time, there are very low scores for such competencies as “Result Orientation” (0.5), as well as relatively low scores for the competencies “Leadership” and “Stress Resistance” (only 1.0 points each). These results significantly distinguish this manager from others for the worse.

Graph 9 shows the individual competency profile of manager No. 4, which is visually and meaningfully close to the estimated values of management competencies shown in Graph 7. In terms of core competencies, manager No. 4 has above-average ratings, which sets him apart from the entire sample for the better.

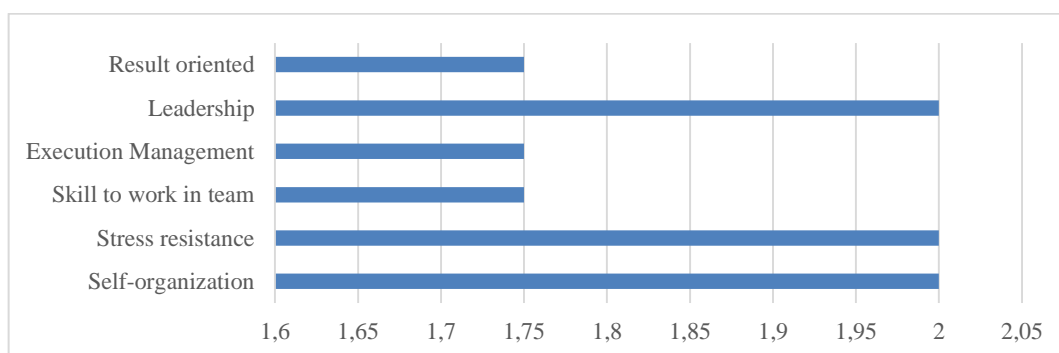


Figure 9. Individual competency profile of a manager under No. 4.

Two managers who “fall out” from the general group – Nos. 4 and 8 – have high scores in the “Leadership” competency. Manager No. 11, on the contrary, has low scores in the “Leadership”, “Result Orientation” and “Stress Resistance” competencies, but quite high scores in the “Ability to work in a team” and “Execution Management” competencies.

Visualization of the values of assessments of management competencies for managers who did not have significant connections between the assessments of these management competencies with other managers made it possible to visualize the difference in the results obtained by individual managers from the rest of the managers included in the sample under study. The authors propose to use the identified differences in assessments of management competencies to form the intellectual capital of an enterprise through training and development of management competencies in formed groups of managers and individually, which will subsequently allow managing the formation of the intellectual potential of the enterprise.

#### Conclusion

The results obtained during the study allow us to draw the following conclusions.

1. In the course of conducting an empirical study using the AC method, methods of qualitative and quantitative analysis, results were obtained indicating the advisability of their use for diagnosing the managerial and professional competencies of middle managers as an important component of the human capital of an enterprise. The possibility of assessing managerial and professional competencies over time gives grounds to assert that there are innovations in the dynamic approach to managing the formation of human capital in enterprises.
2. Based on the results obtained during the empirical research, the structure of managerial and professional competencies was identified. It can be relied upon when developing competency development programs for middle managers of enterprises.
3. When analyzing the correlation matrix of assessments of managerial and professional competencies of middle managers of the enterprise under study, average positive connections were identified between the competencies "Result Orientation" and "Leadership" (0.601), as well as between the competencies "Leadership" and "Execution Management" (0.574). The presence of an average negative relationship between the competencies "Stress resistance" and "Performance management" (-0.509) deserves special attention. The article substantiates possible interpretations of the presence of these connections.
4. The results of the quantitative analysis can be used as a basis for forming groups of managers for their training and subsequent development of managerial and professional competencies. The presence of connections between assessments of these competencies will allow managers to be grouped into groups with different training programs depending on their level of development. Visualization of assessments of managerial and professional competencies of managers who had no connections with assessments of the competencies of other managers in the correlation matrix made it possible to visualize the difference between their results and others, both for the better and for the worse.

\*\*\*

1. Technological basis for personnel assessment. Projects of assessment centers / ed. T.Yu. Bazarova; comp. M.A. Ladionenko and Yu.A. Sotnikova. – M.: Pero Publishing House, 2018. – 248 p.
2. Bazarov, T.Yu., Erofeev, A.K., Shmelev A.G. Collective definition of the concept of "competence": an attempt to extract semantic trends from vague expert knowledge // Bulletin of Moscow University. – Episode 14. Psychology. 2014. No. 1. P. 87-102.
3. How to measure competence. On the "assessment center" method of personnel assessment. Electronic resource. URL: <https://pribrejniy.ru/strakhovanie/2501-kak-izmerit-kompetenciyu-o-metode-ocenki-personala-assessment-centr.html> (Date accessed 03/03/2024).
4. Znamenskaya A.N. Competencies of a young entrepreneur: a pilot study. Models and methods of innovative economics // Collection of scientific papers, ed. Doctor of Economics, prof. Khrustaleva E.Yu. Vol. 9. □ M.: CEMI RAS, MAON, 2016. P. 36-42.
5. Pesha A.V., Shavrovskaya M.N., Nikolaeva M.A. Assessment center of competences online: capabilities and methodology // Bulletin of Omsk University. Series "Economics". 2021. T. 19. No. 2. P.56-68. DOI: 10.24147/1812-3988.2021.19(2).56-68.
6. Mayeshiba M., Jansen K. R., Muhlbauer L. An Evaluation of Critical Thinking in CompetencyBased and Traditional Online Learning Environments // Online Learning. 2018. Vol. 22, Iss. 2. Pp. 77-89. DOI: 10.24059/olj.v22i2.1365.
7. Oliver T., Hausdorf O. T., Lievens F., Conlon P. Interpersonal dynamics in assessment center exercises: Effects of role player portrayed disposition // Journal of Management. 2016. Vol. 42, Iss. 7. Pp. 1992-2017.
8. Pereira D., Flores M., Niklasson L. Assessment revisited: A review of research in assessment and evaluation in higher education // Assessment & Evaluation in Higher Education. 2016. Vol. 41, Iss. 7. Pp. 1008-1032.
9. Stange C., Helker H. Assessment of innovation behavior – how to train the assessors of complex competencies // INTED2018 Proceedings: 12th International Technology, Education and Development Conference, March 5-7, 2018, Valencia, Spain. – IATED, 2018. Pp. 5665-5673. DOI: 10.21125/inted.2018.1348.

**Sorokina S.E., Fedko L.A.**  
**Logistics in customs**

*Far Eastern Federal University  
(Russia, Vladivostok)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-316

**Abstract**

Active globalization and liberalization of the world trade creates conditions for the formation of an optimal system of interaction between all participants in foreign economic activity in the process of customs clearance and control of goods and vehicles.

The application of a logistic approach in the management of export-import commodity flows is becoming particularly relevant at the present stage of the development of the world economy. This is due to the acceleration and expansion of foreign economic relations of the states and the development of relations between business entities of the partner countries.

**Keywords:** customs logistics, foreign economic activity, export, import, product flow.

**Аннотация**

Активная глобализация и либерализация мировой торговли создают условия для формирования оптимальной системы взаимодействия всех участников внешнеэкономической деятельности в процессе таможенного оформления и контроля товаров и транспортных средств.

Применение логистического подхода при управлении экспортно-импортными товарными потоками приобретает особую актуальность на современном этапе развития мировой экономики. Это связано с ускорением и расширением внешнеэкономических связей государств и развитием связей между субъектами хозяйствования стран-партнеров.

**Ключевые слова:** таможенная логистика, внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, товарный поток.

Currently, to ensure the effective operation of any business entity in a market economy, it is necessary to create and maintain an effective logistics system. The main purpose of this system is to optimize the process of material flow from producers to final users.

Customs authorities are an important component of this system. In the modern world, they play an important role in the international logistics chain, ensuring the transportation of export-import material flow.

Customs authorities today have the status of a state institution that not only ensures effective customs administration, but also provides a wide range of public services related to the participants in foreign economic activity, contributing to the intensification of the logistics process [1].

Definitions of the concept «Customs logistics» from different authors are presented in table 1.

*Table 1*

*Definition of the concept «Customs logistics»*

<i>Author</i>	<i>Definitions of the concept</i>
<i>Akopova E.S. [2]</i>	<i>Customs logistics is a branch of logistics that ensures the delivery of goods between countries, and it is aimed, among other things, at optimizing foreign economic activity.</i>
<i>Novakov A. A. [3]</i>	<i>Customs logistics is an applied area of logistics that combines public and economic spheres, namely logistics and customs activities.</i>
<i>Albekov A.U., Gamidullaev S.N., Parfenov A.V. [4]</i>	<i>Customs logistics, on the one hand, is a set of tools and methods used by the participants in foreign economic activity to optimize (rationally organize) the transportation of goods across the customs borders of neighboring states, and on the other hand, a methodology for managing</i>

	<i>flow processes in various types of customs systems.</i>
<i>Grinenko G.P. [5]</i>	<i>Customs logistics is a list of activities in the field of customs that is aimed at solving various issues and tasks related to the organization of international supplies of goods under customs control.</i>

Summarizing the definitions presented, customs logistics is a branch of logistics that is engaged in the organization and management of customs clearance processes and the transportation of goods across the border.

The subject area of customs logistics should include all measures, methods and technologies aimed at decrease logistics costs and reducing risks when goods flows pass through the customs borders of the neighboring states and perform certain customs operations.

The objects of customs logistics are the operations of customs declaration of goods and vehicles of international transportation, including those related to the collection and payment of customs duties, as well as customs control measures for the transportation of import and export commodity flows.

Participants in foreign economic activity are considered as subjects of customs logistics, regardless of their specialization, organizational and legal status and form of ownership.

The subjects of customs logistics should primarily include customs and other state authorities of foreign economic activity, exporters and importers, customs intermediaries of various types, carriers, forwarders and other logistics service providers, as well as final consumers of imported and (or) exported goods [3].

The main purpose of customs logistics is to ensure the safe and efficient transportation of goods across borders. It includes a lot of subtasks that help achieve this main goal. They are:

1. Reduced waiting time. The goal is to speed up customs clearance processes so that goods can pass through the border quickly and without delay. Optimization of logistics processes and the use of efficient equipment at checkpoints help to achieve this goal.
2. Compliance with customs rules and regulations. One of the goals of customs logistics is to ensure compliance with all rules and regulations established by customs authorities. This includes checking the correctness of paperwork, compliance of goods with specified characteristics and customs inspection rules.
3. Cost minimization. Customs logistics strives to achieve an optimal combination of cost and quality of goods transportation across the border. This includes choosing the best routes and modes of transport to minimize the costs of customs duties, taxes and logistics services.
4. Ensuring security. One of the most important goals of customs logistics is to ensure the safety of goods and prevent illegal actions. Logistics specialists must comply with customs control rules and facilitate the inspection of goods for compliance with safety requirements.
5. Improving the service level. An important goal is to provide a high level of customer service. Customs logistics specialists must promptly and accurately inform customers about the status and transportation of goods across the border, as well as be ready to promptly resolve emerging problems and issues.

All the goals and objectives of customs logistics are closely related to the overall goals of foreign trade activities.

In the process of foreign trade operations, logistic financial flows are divided into two components. The first component includes payments to be made to the supplier for the delivered goods. The peculiarity of this flow is that it is regulated by the legislation of most countries and international agreements. This also includes insurance premiums and, in case of an insured event, insurance payments, as well as payment for the delivery and warehouse handling of goods.

The second component of the logistic financial flow in the field of foreign trade is related to customs payments and is used by the state to regulate the volume, assortment and directions of export-import commodity flows. Regarding information flows, it should be noted that in customs logistics, physical transportation across the customs border is associated with the implementation of customs procedures using special information technologies. The costs associated with information support amount is from 3.5 to 7% of the total transaction value [6].

The use of a logistic approach to the customs sphere means the discovery of a model for managing foreign trade flows in which the total costs of participants in the logistics chain will be minimal. It is a subject to compliance with the norms of state regulation of foreign economic activity. The study of customs logistics focuses on planning and organizing the transportation of export-import commodity flows, taking into account the requirements applying the possibilities of customs legislation.

The logistics function of customs covers two areas:

1. Logistics of the process of customs cargo processing – the direction provides for the analysis of customs and logistics flows, i.e. integrated commodity, information and financial flows associated with crossing the customs border and collecting appropriate customs duties and payments.
2. Customs activities of subjects of foreign economic activity (FEA) and logistics operators. The customs functions of transport and logistics organizations is in the fact that their activities are related to crossing customs borders and performing export-import logistics operations.

Therefore, this activity requires knowledge and compliance with customs requirements and interaction with customs authorities. In addition, large transport and logistics organizations have customs posts, temporary storage warehouses and customs warehouses in their structure. They can perform the functions of a customs carrier and a customs representative, that is, they themselves can perform customs functions to a certain extent. Export-import logistics operations are understood as separate actions in relation to export-import (international) flows performed by subjects of foreign economic activity and customs authorities. customs clearance and customs control [3].

Export-import logistics operations are understood as separate actions related to export-import (international) flows performed by foreign economic activity entities and customs authorities.

Customs operations are understood as individual actions performed by persons (participants in foreign economic activity, carriers, customs representatives, owners of agricultural goods) and customs authorities in accordance with the law when moving goods across the customs border, customs clearance and customs control.

Such operations include the transportation, import and export of goods, transportation of goods under customs control, unloading, reloading, weighing, identification of goods, sampling, notification of customs authorities, calculation of customs duties and their payment (securing payment), placing goods under customs procedure, customs declaration and many other functions [6].

Thus, customs logistics is a complex set of measures aimed at moving goods across the customs border of the state. The main task of customs logistics is to develop international trade, accelerate the turnover of goods and strengthen the country's foreign economic relations.

The main purpose of customs logistics is to process the foreign trade flow of goods crossing the customs border of the country and requiring specific customs procedures.

\*\*\*

1. Kiladze, A.B. Logistics in customs : A textbook — Moscow : Prospekt, 2016. — 141 p.
2. Akopova, E. S. Logistic support of foreign economic activity : textbook – Rostov-on-Don : Publishing and Printing Complex of the Russian State University of Economics (RINH), 2020. – 178 p.,
3. Novakov, A. A. Logistics in detail : a textbook – Moscow ; Vologda: Infra-Engineering, 2021. – 528 p.
4. Albekov, A.U., Gamidullaev, S.N., Parfenov, A. V. Customs logistics : a textbook – St. Petersburg : Troitskiy Most, 2013. – 176 p.
5. Grinenko, G.P. Economic aspects of customs logistics // High-tech technologies and innovations Belgorod, Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov, 2014. pp. 117-121.
6. Malygin, D.S. Customs logistics [Electronic resource]: textbook. the manual - Krasnoyarsk, 2023. – 114 p.

Valieva A.R.

**Public administration of grant support for small businesses in the agro-industrial complex**

*Bashkir State Agrarian University  
(Russia, Ufa)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-317

**Abstract**

State support of the agro-industrial complex is one of the important factors in ensuring sustainable growth of the industry. Given the social significance of the issue, the principles and objectives of the state policy of support for small and medium-sized enterprises, special attention should be paid to the implementation of grants in the agricultural sector. The article examines the regional experience of government management of grants in the agricultural sector. Problems with the efficiency of using subsidies and their impact on qualitative and quantitative indicators are identified.

**Keywords** Public administration, small-scale farming, agro-industrial complex, governmental support.

**Аннотация**

Государственная поддержка агропромышленного комплекса является одним из важных факторов обеспечения устойчивого роста отрасли. Учитывая социальную значимость вопроса, принципы и цели государственной политики поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, особое внимание следует уделить реализации грантов в аграрном секторе. В статье исследуется региональный опыт предоставления грантов.

**Ключевые слова** Государственное управление, малые формы хозяйствования, агропромышленный комплекс, государственная поддержка.

State support for agricultural producers is one of the priorities of public administration. The agro-industrial complex of modern Russia is the most developing branch of economy, which demonstrates historical records of production for some types of agricultural products.

The agricultural sector is actually the second one in terms of revenues received by the country's budget, including from exports, after oil. The number of organizations in the sphere of agriculture, forestry, hunting, fishing, by the subjects of the Russian Federation in 2022 amounted to 88,627. Agricultural production in 2022 amounted to 8,563.5 billion rubles [1].

One of the directions of state agriculture management is the expansion of budget financing and the introduction of grants as a form of support and stimulation of entrepreneurial activity in the agricultural sector. The Russian Government has allocated over 12 billion rubles to support small farms and agricultural cooperatives [2].

State support tools for the agro-industrial complex sectors are quite numerous: preferential lending, leasing, subsidies to producers of agricultural machinery, compensation of part of the costs of transporting products, special investment contract, investment tariff concessions. The main objective of these measures is to ensure favorable conditions and increase the competitiveness of agricultural producers.

The most widespread measures to promote small businesses are grants and subsidies. The legislator defines small forms of business as peasant (farm) enterprises, agricultural cooperatives, as well as business entities and individual entrepreneurs engaged in the production and processing of agricultural products.

In Russia, several types of grant support are implemented for small businesses: "Agrostartup", "Agroprogress", a grant for the development of a family farm, a grant for the development of the material and technical base for agricultural consumer cooperatives. Based on established requirements for the provision and distribution of subsidies to the budgets of constituent entities of the Russian Federation, regions adopt their own regulations establishing the procedure for providing grants. Let us consider the experience of providing state support to small businesses in the Republic of Bashkortostan. According to the Passport of the agro-industrial complex of the Republic of

Bashkortostan, at the end of 2021, 567 agricultural enterprises, more than 8,100 peasant farms and individual entrepreneurs operate in the region. The republic occupies a leading position in the production of kumis and commercial honey, beef, milk, cows, and horses. The share of small businesses in agricultural production is growing. Thus, farmers occupy 16% of the agricultural land area in the region, and produce a third of grain, 20% of sugar beets, almost 80% of protected soil vegetables, about 13% of milk and 6% of meat [3].

Agrostartup grants are provided as a part of the regional project "Acceleration of Small and Medium-Sized Enterprises". In 2023, the grant for cattle breeding amounted to RUB 7 million, and for entrepreneurs in other areas of agriculture – to 5 million rubles. To implement "Agrostartup" projects 98 million rubles were allocated in the republic, in 2022 – 125 million rubles [4]. In 2020-2022 the number of grantees reached 158. "Agrostartup" means funds transferred from the regional budget to financially support the costs of a peasant farm or individual entrepreneur in order to implement the project of creation or development of the project. According to the Resolution, Agrostartup is provided for various purposes: acquisition of land plots for the purposes of production and processing of agricultural products, purchase of planting materials of perennial plants and others [5].

It should be noted that from 2024 the Russian Government is introducing a minimum amount of 1.5 million rubles for Agrostartup grant recipients. Among other things, they have expanded the areas in which the funds can be used. Now the grant can be used to buy berry seedlings.

Unlike Agrostartup, the recipient of the Agroprogress grant is an agricultural producer that is included in the unified register of small and medium-sized businesses and has been operating for more than two years since its registration in rural areas. The purpose of this grant is to financially cover the costs of expenditures on property approved by the Ministry of Agriculture. The grant may not exceed 30 million rubles. The grant must be completed within two years of receipt. At the same time, it is allowed to reapply for funding no earlier than 36 months from the date of full implementation of the previous grant [6].

Unlike other grants for the development of small businesses, applications for the Agroprogress subsidy received by the Ministry of Agriculture are not so numerous. One application was received in 2021, one – in 2022, and none in 2023.

The purpose of receiving a grant for the development of a family farm is to develop farms in rural areas and create new permanent jobs by providing at least 3 jobs per 1 grant within the period not later than December 31 of the year of granting. The grant amount may not exceed 30 million rubles. In 2023, the total amount of state support under the Family Farm Program amounted to 95.2 million rubles. In 2023, 14 family farms became grant holders, in 2022 and 2021 – 28 families.

The grant procedure implies control (monitoring) of compliance with the terms of the agreement, exercised by the Ministry of Agriculture. Should any breaches be revealed, the funds must be returned to the budget of the Republic by the grantee.

Records of the Arbitration Court of the Republic of Bashkortostan contain claims filed by the Ministry of Agriculture. Most of the lawsuits relate to claims for the return of the grants due to the misuse of budgetary funds.

In January 2022, The Accounts Chamber of the Russian Federation issued a report on the effectiveness of the use of subsidies in the field of agriculture [7]. According to the report, the effectiveness of subsidies is assessed as not high enough.

According to the assessment results, the efficiency of subsidies aimed at supporting agricultural producers is considered to be insufficient.

The Accounts Chamber's reports on grant support for small farms indicate the short-term effect of this form of state support. According to the Report, on average 28% of grant recipients in the Chuvash Republic, Volgograd and Novosibirsk regions did not fulfil the obligation and ceased their activities. The violations resulted in the reduction of new jobs and lower budget revenues. One of the reasons for such shortcomings is inadequate control of compliance with the terms and conditions of agreements by state executive authorities of the constituent entities. In addition, no measures are taken for timely return of funds to the budget.

## 5. Conclusion

Russian agro-industrial complex is gaining high rates, strengthening its positions. In these conditions it is necessary to maintain the growth dynamics, stability and sustainability of agricultural producers. State support measures for small businesses are necessary. According to the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, the share of farm production in the total volume has reached 15%, and about half of all grain is harvested by small farms.

Public administration organizes and regulates spheres of people's life activity in order to efficiently arrange and transform them [8]. The effectiveness of public administration should be assessed, considering the rational use of resource, production, labor and intellectual potentials, as well as meeting the population's needs. The system of public administration implies the creation of a legal and regulatory framework, the establishment of authorized bodies and specialized institutions, assistance in project planning, training of highly qualified personnel, as well as an effective system of interaction between the elements of the subject of management with farms, agricultural cooperatives.

\*\*\*

1. Russian Statistical Yearbook - Moscow: Rosstat, 2023 – 701 p.
2. The Government of the Russian Federation website [Electronic resource]. URL: <http://government.ru/news/49695/>
3. The Ministry of Agriculture website [Electronic resource]. URL: <https://agriculture.bashkortostan.ru/presscenter/news/478146/>
4. The Bashkortostan newspaper digital edition. [Electronic resource]. URL: <https://resbash.ru/news/ekonomika/2023-04-25/v-bashkirii-na-grant-agrostartap-vydelili-98-millionov-rublej-3234026>
5. Resolution No. 267 of April 30, 2019 on approval of the procedures for providing subsidies from the budget of the Republic of Bashkortostan as part of the implementation of the regional project "Acceleration of small and medium-sized businesses" [Electronic resource]. URL: <https://agriculture.bashkortostan.ru/documents/active/478739/>
6. Resolution No. 232 of June 01, 2021 of the Republic of Bashkortostan " On amendments to certain decisions of the Government of the Republic of Bashkortostan" [Electronic resource]. URL: <https://npa.bashkortostan.ru/32092/>
7. Report on the results of the control event "Audit of the effectiveness of the use of subsidies aimed at supporting agricultural production and stimulating the development of priority sub-sectors of the agro-industrial complex, within the framework of the State Program for the Development of Agriculture and Regulation of Markets for Agricultural Products, Raw Materials and Food in 2020 and the past period of 2021" [Electronic resource]. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/6c8/5a4f2ititw2irzalphmq0t306zb7om21.pdf>
8. Atamanchuk, G.V. Theory of Public Administration. Course of lectures. - Moscow: Legal literature, 1997 - 400 p.

## РАЗДЕЛ X. МАРКЕТИНГ

Ситдикова Н.И.

Стратегии адаптации коммуникации глобальных брендов к национальным рынкам

Государственный университет управления

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-318

### Аннотация

Целью статьи является изучение механизмов и стратегий адаптации рекламных сообщений, а также коммуникационных инструментов при становлении международными и, следовательно, выходе на национальные рынки. Гипотеза состоит в том, что для ведения успешного бизнеса внутри разных стран важным аспектом является культурный контекст, при несоблюдении которого коммуникационные сообщения могут быть восприняты местной целевой аудиторией неверно. В ходе исследования были применены методы кейс-study, наблюдение, сравнение. В результате было выявлено, что адаптация к местной культуре является важным аспектом для международной деятельности компаний. Успешные компании интегрируют местные элементы в свои продукты и услуги, сохраняя при этом свои корпоративные ценности, обращают внимания на законодательство страны и местные устои.

**Ключевые слова:** национальный рынок, коммуникационная стратегия, рекламные сообщения, местная культура, адаптация.

### Abstract

The purpose of the article is to study the mechanisms and strategies for adapting advertising messages, as well as communication tools in becoming international and, consequently, entering national markets. The hypothesis is that for conducting successful business within different countries, an important aspect is the cultural context, if not followed, communication messages may be perceived incorrectly by the local target audience. The research utilized methods such as case studies, observation, and comparison. The results revealed that adapting to local culture is a crucial aspect for the international activities of companies. Successful companies integrate local elements into their products and services while retaining their corporate values, paying attention to the legislation of the country and local customs.

**Keywords:** national market, communication strategy, advertising messages, local culture, adaptation.

Одним из определяющих факторов успеха компании на рынке является его взаимосвязь с широким кругом объектов деятельности, как например, связь производителя с продавцом и дистрибьютором, поставщика с конечным покупателем, бренда с конечным потребителем. Коммуникация в рамках бизнеса определяется как передача сообщения от источника, то есть организации, к получателю, которым в данном случае является потребитель, с целью информирования о товарах и услугах.

При анализе коммуникационных стратегий на рынке, хозяйственных процессов и экономической деятельности на сегодняшний день ТНК (транснациональные корпорации) выступают в качестве объекта исследования. Это явление обуславливается тем, что ТНК играют крайне важную роль в мировой экономике и их значение растет и по сей день. Масштабы деятельности самых крупных компаний такого рода могут быть сопоставимы с показателями ВВП крупных стран мира. Филиалы крупнейших корпораций находятся практически во всех развивающихся и развитых странах. Так, в 1970 г. в мире насчитывалось около 7 тыс. ТНК, имевших более 27 тыс. дочерних.

Зарубежных филиалов предприятий в середине 1990-х гг. уже было свыше 39 тыс. (с 270 тыс. филиалов). В 2008 г. общее число ТНК уже превысило 82 тыс., а число их зарубежных филиалов – 810 тыс. В 2018 г. в мире насчитывалось уже около 100 тыс. корпораций, относимых к числу транснациональных, и более 860 тыс. их зарубежных филиалов. На сегодняшний день продолжают свой рост как объёмы продаж, так и активы зарубежных брендов. По ежегодным отчётам о мировых инвестициях Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД/ UNCTAD) можно получить такие данные: в 1982 г. объёмы продаж зарубежных филиалов ТНК (в текущих ценах) составляли 2,5 трлн долл.; в 1990 г. – 7,6 трлн долл.; в 2001 г. – 18,5 трлн долл.; в 2018 г. – свыше 33,2 трлн долл., в 2021 г. – 31,7 трлн долл. (очевидно, спад вызван влиянием пандемии COVID-19). Вышеперечисленные данные позволяют сделать вывод: крупнейшие ТНК мира являются основными драйверами управления мировой промышленностью. [1]

В рамках изучения маркетинговых и коммуникационных стратегий способы и пути взаимодействия с субъектом потребления именно международных корпораций могут выступать предметом исследования, так как существует множество кейсов успешного и провального выхода на национальные рынки.

В статье рассматриваются модели и механизмы адаптации международными корпорациями своих продуктов, услуг и бизнес-моделей, чтобы соответствовать культурным особенностям местных рынков. В качестве исследуемых кейсов выхода на зарубежные рынки будут рассматриваться практики таких брендов, как Danone, McDonald's, Dove, Магнат, Mr.Proprier и другие, принадлежащие крупнейшим компаниям мира по рейтингу BrandZ Global TOP Most Valuable Brands в разных секторах экономики. Также задачей данной работы также является влияние национальной культуры на бизнес и применение компаниями знания местных особенностей для совершенствования эффективности деятельности на данных рынках.

Важно отметить, что адаптация к местной является не только вопросом перевода языка или изменения дизайна продукта. Она требует глубокого понимания ценностей, обычаев, поведения потребителей и даже юридической системы страны. Только тогда компании смогут создать продукты и услуги, которые будут востребованы местными потребителями.

Одной из важных составляющих планируемого взаимодействия с получателем информации является кодирование сообщения. Обеспечение эффективности сообщения и правильного его восприятия становятся наиболее значимым элементов коммуникационной цепи в контексте данных взаимоотношений организации с потребителем. Это важно в связи с тем, что выход на новый рынок как правило сопровождается столкновением с новыми аудиториями – носителями специфических локальных и культурных характеристик. Именно на личностных особенностях восприятия получателя и основывается процесс декодирования, т.е. расшифровки и понимания полученного сообщения, на этапе которого происходит пересечение опыта коммуницирующих сторон. [3]

Если компания ведет свою деятельность на территории государства, где она было основана и функционирует уже продолжительное время, вероятность возникновения сложностей в поиске точек соприкосновения, как правило, мала. Также компании не встречаются особых проблем в сегментации потребителей внутреннего рынка, так как уже знакомы со своей целевой аудиторией и понимают её особенности и предпочтения. Однако глобализация бизнеса и выход на зарубежные национальные рынки ставит перед компаниями задачу исследования новых аудиторий и поиска общих образов, ценностей и смысловых значений для коммуникации.

В статье будут рассмотрены стратегии адаптации продуктов, услуг и бизнес-моделей международных компаний, чтобы соответствовать национальным и культурным особенностям местных рынков, а также проанализирована их эффективность. Кроме того, будет проанализировано влияние культуры на деятельность международных корпораций и то, как можно применить знания для улучшения показателей эффективности.

Национальный рынок представляет собой всю систему социально-экономических отношений в сфере обмена, товарами и услугами в рамках определенной государственной

территории, где происходит взаимодействие местных производителей, продавцов и потребителей согласно законодательству и экономическим тенденциям данной страны. [5]

Перед тем, как компания выйдет на новый для себя рынок, необходимо провести её тщательный аудит: проанализировать название, продукт, визуальную часть и слоганы, а также подкрепить результаты интервью или фокус-группами. В культурный контекст входят такие составляющие, как разность прочтения, устойчивые образы, восприятие символов, числе, гастрономические предпочтения и традиции, пословицы и устойчивые выражения – все это нужно учесть до выхода на национальный рынок.

Национальная культура представляет уникальный набор традиций, ценностей, обычаев, искусства, языка и других характеристик и компонентов жизни определенного народа. Эти черты проявляются в разных аспектах рекламной деятельности, таких как визуальный, смысловой, понятийный, ролевой. Представителей одной культуры объединяют также общие знания, культурные коды, понимание истории, взгляд на свое место среди многих народов и стран. Такие индикаторы формируют контекст восприятия, с помощью которого рекламное обращение достигает своего адресата. [3]

Важно отметить, что не все глобальные бренды, несмотря на различия в культурном и социально-экономическом контексте, адаптируют свою коммуникационную стратегию под национальные особенности рынков, а сохраняют единство своего стиля и *tone of voice* на всех территориях. Например, переход компании Volkswagen к слогану *Das Auto* по всему миру. Также, шведская компания ИКЕА сохраняет единую продуктовую линейку и стиль рекламы на всех локациях. Необходимость адаптации коммуникационной механики во многом зависит от специфики и категории продукции, экономического сектора и начальном *tone of voice* бренда – того, как бренд позиционирует себя на рынке, где он сформировал свою деятельность. [6]

Примером удачной стратегии адаптации рекламы на местный рынок может служить кейс Gillette, где лицом бренда обычно становится звездный представитель спортивной индустрии, но для разных стран эту роль играют разные спортсмены: в Европе – футболисты, в США – звезды американского футбола, в ЮАР – спортсмены регби. Также, одним из примеров грамотной коммуникации, которая учитывает религиозные, национальные и культурные ценности и нормы разных стран, является реклама Dove – в частности, в Иране. Обычно рекламные сообщения и материалы Dove в Европе включают изображения женщин разных телосложений в нижнем белье, так как бренд несет бодипозитивный посыл. Однако для такой мусульманской страны, как Иран, на рекламных материалах были видны только лица женщин, которые были одеты в традиционную одежду. Так, реклама была удачно адаптирована в соответствии с культурными различиями в странах, где одна и та же коммуникация может быть воспринята по-разному. Также, изначально в одной из рекламных кампаний ИКЕА была изображена традиционная в понимании большинства людей семья – мать, отец с детьми в ванной комнате, обустроенной мебелью бренда. Но для Саудовской Аравии, где местные устои провозглашают главенство мужчин в семье, из рекламного креатива было удалено изображение женщины, несмотря на критику такого шага со стороны европейских стран.

Часто встречаются случаи, когда недостаточно адаптации только рекламы. Помимо этого, компании меняют и подстраивают продуктовую линейку, названия товарных знаков, слоганы, логотипы и всю айдентику своих брендов. Для этого проводится тщательный аудит бренд-платформы. Культурные ценности, обычаи, поведение потребителей, юрисдикция страны, а также разность прочтения, похожие значения, восприятие символов, чисел, устойчивые образы, фразеологизмы и пословицы, различия в гастрономических предпочтениях — важно учитывать весь культурный контекст. Эти особенности можно разделить на социально-исторические, ценностные, пространственные, лингвистические, маркетинговые.

Изменение названия – один из эффективных и часто используемых инструментов локализации продукта при проникновении на иностранный рынок. Например, бренд Danone. Во всем мире его название остается прежним, но только в США оно пишется как Dannon. Это было сделано в связи с тем, что стандартное написание американцы произносят как «дэн уан». Дезодоранты АХЕ в Европе, Австралии, Новой Зеландии и Китае называются Lynx, так как в

этих странах уже были зарегистрированы аналогичные одноименные торговые марки. Зубная паста Blend-a-Med имеет такое название в России, но во всем мире она звучит как Крест (Crest). А мороженое Магнат в России имеет название, которое ассоциируется с премиальностью, но в других странах оно называется известно как «Magnum», что в свою очередь также отсылает к чему-то величественному. Также, популярное чистящее средство Mr. Proper обладает разными названиями на всех континентах: В Восточной Европе оно классическое, в Испании звучит как Don Limpo, в Италии – Mastro Lindo, а Mr. Clean – в США. Этот кейс демонстрирует, адаптацию названий бренда для разных стран с учетом языковых особенностей, чтобы сообщение бренда было правильно понято везде.

Примером расширения ассортимента для переориентации на национальные рынки с их культурными особенностями является McDonalds, в котором в зависимости от страны появляются новые комбо и позиции в меню. Так, в Турции комбо-набор подается с традиционным напитком айраном, в Индии Макдональдс предлагает McAloo Tikki, котлеты из гороха и картошки, в Малайзии — Durian мороженое McFlurry со вкусом дуриана, а в Британии можно заказать десерт с яичным кремом.

В качестве примера неудачной адаптации рекламы может послужить кейс Coca-Cola в Израиле: в рамках акции «Поделись Кока-Колой», когда на этикетках использовались разные имена людей, Израиль не учел присутствие арабских имен. В стране с напряженными межэтническими отношениями это вызвало негативную реакцию. Компания столкнулась с судебным иском и проблемами с репутацией бренда. Помимо этого кейса, рекламная кампания Reebok #Bemorehuman также не вызвала ожидаемого эффекта на российском рынке из-за резкого изменения нарратива. Российская адаптация стала более агрессивной и вызвала сомнения из-за своего подтекста, что отличалось от оригинальной концепции. Однако бренд сумел быстро среагировать на негативные отклик и удалил рекламные материалы.

Таким образом, перед выходом на международный рынок необходимо адаптировать рекламное сообщение с учетом языковых ограничений, разнице в восприятии и оценке явлений, разных акцентах и стилях поведения, ценностей и убеждений, культурных особенностях и т.п. Важно брать во внимание, что деятельность в международном рекламном пространстве может натолкнуться на ряд проблематичных ситуаций, в частности:

- рекламное сообщение может не достичь целевой аудитории;
- реклама достигла своей целевой аудитории, однако не была необходимым образом воспринятой;
- рекламное сообщение было воспринято правильно, однако не привело к желаемым действиям со стороны целевой аудитории;
- рекламное сообщение воспринято не так, как на это рассчитывал рекламодатель. [2]

Когда бренд имеет единый Tone of Voice внутри всех рынков своего присутствия, не противоречащий национальным особенностям региона, адаптировать продуктовую линейку и маркетинговые активности можно незначительно для более точного донесения сообщения до целевой аудитории. Но в случае, когда рекламная стратегия может восприниматься в отдельном культурном контексте искаженно и не так, как на это рассчитывал бренд, необходимо тщательно подойти к исследованию рынка перед выходом на него для успешной деятельности внутри страны.

\*\*\*

1. Родионова И.А., Дириин Д.А. Крупнейшие транснациональные корпорации мира: сдвиги в страновой и секторальной принадлежности // Географический вестник = Geographical bulletin. 2023. № 1(64). С. 52–71.
2. Юзык Л.А., Туровец Ю.В. Особенности адаптации международной рекламной коммуникации в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 3. — С. 43–49. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/23229/>
3. Захарова А.В. Применение коммуникационной стратегии как средства национальной адаптации бренда // Международный научно-исследовательский журнал № 05 (59) – с. 92–94.

4. Полетаева А. Адаптация рекламных сообщений [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib\\_around/socio/txt\\_adaptation.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib_around/socio/txt_adaptation.htm)
5. Иохин В.Я. Экономическая теория, [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://be5.biz/ekonomika/e014/26.html#:~:text=Национальный%20рынок%20это%20вся,структуре%20общественных%20потребностей%20в%20стране>
6. О. А. Васильева, Э. А. Кокотова, Коммуникационные стратегии международных брендов на зарубежных рынках в условиях Covid-19 // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 2(128). – С. 101-105. – EDN IEUUSI

Сысоева К.Д.

## Перспективы совершенствования методов продвижения в театральной индустрии

Государственный университет управления  
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-319

### Аннотация

Статья направлена на изучение методов продвижения в театральной индустрии, их позитивных и негативных изменений ввиду популяризации информационных технологий и расширения медиа сферы. Также выявляется специфика взаимодействия с аудиторией в этой сфере методом вторичного исследования открытых российских и зарубежных источников. Особое внимание уделено проблеме перекупщиков билетов на постановки. Приведены рекомендации по совершенствованию взаимодействия с потребителем с учётом стремительного развития инструментов рекламы и PR, популяризации диджитал маркетинга.

**Ключевые слова:** театральная индустрия, методы продвижения, медиа сфера, перекупщики билетов, диджитал маркетинг.

### Abstract

The article is aimed at studying promotion methods in the theater industry, their positive and negative changes due to the popularization of information technology and the expansion of the media sphere. The specifics of interaction with the audience in this area are also revealed using the method of secondary research of open Russian and foreign sources. Particular attention is paid to the problem of resellers of tickets for productions. Recommendations are given for improving interaction with consumers, taking into account the rapid development of advertising and PR tools and the popularization of digital marketing.

**Keywords:** theater industry, promotion methods, media sphere, ticket resellers, digital marketing.

В мире существует множество видов искусства, которые помогают формировать нравственность и эстетический вкус людей испокон веков. Представления о мире, его особенностях и специфике закладываются в сознании человека во многом благодаря творчеству. Одним из древнейших видов искусства является театр, который не теряет своей актуальности и по сей день благодаря насыщенной истории развития и уникальным особенностям, бережно хранимым нашими предками.

В современном медиа пространстве театр также не стал пережитком прошлого, а даже наоборот приобрёл новую популярность за счёт расширения аудитории. Сейчас театра доступен как в оффлайн, так и в онлайн форматах, он перестал быть только элитарным искусством и старается распространиться на широкие массы, говорить на понятном им языке, привлекать молодёжь к подобному культурному отдыху. Теперь и молодое поколение с удовольствием посещает спектакли, где классика перемешивается с новым видением и интерактивным пространством. Дело в том, что, не смотря на долгую историю театрального искусства тянущуюся уже более 2000 лет, оригинальная идея создания театра заключалась в том, чтобы в полной мере и правдоподобно отражать различные сферы жизни человека: политическую, социальную, духовную и культурную, затрагивая актуальные проблемы,

заветные желания и не лёгкие переживания самого зрителя. Именно поэтому любой театр, который смог сохраниться до наших дней, ставит перед собой задачу идти в ногу со временем, а, следовательно, использовать цифровые технологии и те паттерны презентации своей деятельности, которые могут быть интересны его аудитории.

Сейчас театр окружает нас повсюду. Существует множество его видов и проявлений, таким образом каждый найдёт то, что ему по душе. Театр продолжает искать новые формы и методы для того, чтобы наиболее точно отразить реальное состояние современного человека. Люди сталкиваются с проблемами разного уровня каждый день, но не всегда уделяют внимание своим переживаниям, поэтому важно показать, что человек в своём волнении не одинок и кто-то чувствует сейчас тоже самое. Театр воплощает в жизнь литературу, чтобы позволить зрителю тонко прочувствовать переживания реальных людей, находящихся прямо перед ними и испытывающих точно такие же эмоции: счастье и отчаяние, вдохновение и разочарование. В целом литературные произведения имеют схожую цель, однако надо понимать, что книга не сможет заменить живого человека, который готов поведать свою душещипательную историю. [1]

С давних времён театр является важной частью жизни российского общества. Чтобы стать частью культурного сообщества, подтвердить свой статус или найти светского общения необходимо было посещение театра, ведь всё это и правда было неотъемлемым его составляющим. Однако сегодня театр отошёл от элитарного концепта своей деятельности, стремясь к демократизации под влиянием современных трендов. С расширением аудитории от элиты до общественных масс изменился и язык театра, чтобы дать возможность широкой общественности насладиться безусловно знакомой ей жизненной ситуацией, уловить основную посылку, острую социальную направленность и вынести урок из увиденного. Мода безусловно внесла свой вклад в то, что театр стал неотъемлемой частью жизни современного человека, преследую цель повысить общий культурный уровень в мире. [2]

С развитием технологий в нынешней эпохе цифровизации у деятелей искусств появляется все больше возможностей организовать качественную постановку. Изменения произошли не только непосредственно в процессе театрального действия, но и в пространстве, в котором оно происходит. Разрушаются представления о классической драматургии, и «храм искусства» приобретает новые формы. Сценографы, режиссёры и актёры экспериментируют с цифровой производительностью, смещением медиа-форматов, городским вмешательством в процесс спектакля. Также у театралов появилась возможность использования электронной музыки вместо оркестральной, что упрощает показ картины в разы. Изменились и каналы распространения театральных постановок, ведь с развитием Интернет пространства, растёт значение рекламы и digital-продвижения, а значит зарождается такое понятие, как театральный маркетинг. Культура в настоящее время стала важнейшей ячейкой экономики, а значит не может обойтись без маркетинга. Важно не просто проанализировать рынок: потребителей, их запросы, конкурентов и т.д. Нужно сформировать потребность у целевой аудитории и создать конкурентоспособное предложение, отвечающее критериям положительного восприятия, чтобы можно было продвинуть готовый театральный продукт.

К несчастью популяризация современных технологий продвижения имеет и обратную сторону, влечёт за собой негативные последствия. Одной из важнейших проблем театра в настоящее время считается проблема перекупщиков билетов на постановки. Театр создаёт спрос, а перекупщики перетягивают его на себя и добавляют наценку до 400%. Например, билет в Театр наций может стоить 13000 рублей, а у перекупщика — 67000 рублей. В результате приобретения билета по такой высокой цене у зрителя остаётся неприятное впечатление, и он перестаёт посещать постановки. Сайты театров устроены очень сложно и далеко не каждый покупатель готов пройти столь длинный путь до приобретения желаемого билета. Неудачно сделанные сайты и системы покупки билетов значительно уменьшаются процент от трафика, который воплощается в продажи, что катастрофически влияет на статистику спектаклей и театральной индустрии в целом. К счастью есть и другая сторона: шоу с грамотно разработанными сайтами продают через них 95-98% билетов. Это очень хороший

расклад, потому что таким образом театр получает данные покупателей, тем самым приобретая более точное представление о своих зрителях, а так же каналы прямой коммуникации с ними. Важно понимать, что грамотный диджитал маркетинг способен решить многие проблемы театров и в современном мире без него не обойтись. [3]

Специалисты РБК подсчитали, что перекупщики зарабатывают в год около 25-30 млн долл, то есть примерно 1,5 - 1,9 млрд рублей. К сожалению с уверенностью можно утверждать, что у каждого известного московского театра есть несколько сайтов-спойлеров. Как правило, в поисковиках они выпадают в первых строках, опережая официальные сайты. Например, у «Современника» в Яндексе легко обнаруживаются сразу три спойлера. У каждого из них имеется раздел «контакты», в котором указан реальный адрес театра, а в другие разделы скопированы афиши и аннотации к спектаклям с официального сайта. Основные различия обнаруживаются тогда, когда на официальном сайте «Современника» на спектакле стоит пометка «аншлаг» — то есть билетов в продаже нет, а у сайта-спойлера в это же время продаётся 98 билетов, каждый из которых стоит минимум в два раза дороже, чем в кассе: от 2300 (на последний ряд бельэтажа) до 12 000 (во второй ряд партера). [4]

Основной причиной такой популярности перекупщиков является провальная маркетинговая стратегия большинства классических театров. Таким мощным хранителям традиционной культуры очень сложно перестроиться и уловить современные веянья. Зритель давно перешёл в интернет среду, тогда как классические театры всё ещё делают основной акцент на кассы и очную продажу билетов. Им необходимо вплотную заняться продвижением не только личного бренда, но и сайта театра, чтобы вернуть своего зрителя в правильное русло.

Таким образом можно утверждать, что в наше время всем театрам необходима репрезентация в медиа. К счастью сейчас уже существует множество методик продвижения как материального, так и информационного продукта любого рода. В случае с театральной индустрией стоит погрузиться в историю для полного понимания ситуации и начать с материальных способов продвижения, иначе говоря традиционных. Старейшим из них являются глашатаи на улицах. Это зачастую были подростки, нанятые для того, чтобы целый день зазывать прохожих на представление. Нужны были громкий голос, энергичность, позитивный настрой и отзывчивость для такого способа привлечения внимания к театральной деятельности. Печатная продукция, в частности афиши, появилась чуть позже, но является актуальной и незаменимой по сей день. Газеты, журналы, листовки также являются традиционными масс-медиа, с помощью которых люди узнавали о досуговых мероприятиях, местах и новостях о культурных событиях. Помимо прочего, перед началом самого спектакля зрителям продаются программки, которые также действуют как реклама и пользуются определённой популярностью в сравнении с другими видами бумажной продукции.

В настоящее время сфера медиа активно развивается, материальные объекты дублируются в информационную среду, которая активно расширяется за счёт объединения старых и новых жанров. Театральная пресса и СМИ не стали исключением и тоже поддержали формат цифровых ресурсов как более удобный, практичный и современный. В медиа пространстве можно найти и не самые очевидные способы продвижения театра, такие как статьи разного рода или колонки в электронных версиях журналов, даже специальные рубрики в радио или телевидении. Театральные критики также часто оставляют свой фидбэк на просторах интернета, ведь теперь у них тоже появилась возможность продвигать свои труды с помощью собственных интернет ресурсов.

В современное время ведение социальных сетей является обязательным для всех компаний, в частности, для театров. Таргетированная реклама сейчас действительно популярна в том числе в театральной индустрии. Это очень хороший способ грамотно выстроить маркетинговую коммуникацию с аудиторией, выяснить наиболее эффективные приёмы рекламы и в случае необходимости быстро внести необходимые изменения, устранить недочёты. Таргетированная реклама представляет собой механизм настройки и показа рекламы по заданным рекламодателем параметрам. Театры часто прибегают к этому методу, более того, этот метод продвижения является единственным, на который театры получают деньги. Также

довольно часто используется инфлюенс-маркетинг, заключающийся в сотрудничестве театров с блогерами, имеющими большое количество подписчиков и также искренне увлечённые театром, готовые рассказать об этом. Аудитория, лояльная выбранной личности-инфлюенсеру, также с большей вероятности доверится рекламной интеграции театра.

Прямая почтовая рассылка является ведущим инструментом директ-маркетинга и самым популярным способом продвижения в театральной индустрии. Электронные письма экономически выгодны, а сервисы для их рассылок предоставляют статистику, благодаря которой всегда можно отследить хотя бы примерную эффективность рекламного сообщения. Это хороший вариант для укрепления связи с лояльной аудиторией, ведь именно там рассылаются объявления обо всех промокодах и акциях, что даёт аудитории ощущение некой собственной важности. Практически все театры активно используют рассылки, называя их «Клубом друзей». Популярность этого метода коммуникации с потребителем обуславливается преимущественно возрастной и рабочей целевой аудиториями, часто использующей почту. [5]

Стоит уделить отдельное внимание динамике результатов продажи билетов в отечественные театры, особенно с учётом периода пандемии и связанного с ним падения продаж. Из официальной статистики Минкультуры следует, что в 2022 году выручка театров от продажи билетов на собственные спектакли превысила результаты допандемийного 2019-го года на 15% и достигла 28,9 млрд руб. Показатели предыдущего 2021-го года были превышены более чем в 2 раза, ведь тогда ещё были актуальны ограничения по заполняемости залов. Однако показатели по числу зрителей, а не по количеству поступлений 2022-го года всё ещё уступают 2019-ому году на 8%: 31,2 млн против 33,8 млн (в 2021-м — 21,6 млн) человек. Что касается столицы, профильное министерство сообщает о том, что в театрах Москвы за 2022-ой год продажи ещё сильнее уступили 2019-ому году, в сравнении с показателями по России в целом: 5,7 млн против 7,6 млн штук, что составляет 25%. Но если взглянуть на финансовую сторону вопроса, продажи выросли на 7%: с 12 млрд руб. в 2019-ом до 12,9 млрд руб. в 2022-ом. Общая сумма продаж в 2021-ом году составила 8,3 млрд руб, продано было 3,7 млн билетов. Таким образом можно проследить позитивную динамику реализации продаж в театральной индустрии, что позволяет надеяться на повышение показателей в будущие годы. [6]

В современных исследованиях выделяют как прямую рекламу, так и косвенную, то есть при помощи упоминания названия или личности. Например, харизматичная актриса и талантливый режиссёр, Рената Литвинова, стала лицом Carretera у Carretera в России. Посредством такой рекламы происходит совершенствование личного бренда и актёры как бы напоминают о себе и своём творчестве. После этого у целевой аудитории этих актёров возникает желание увидеть их в спектакле. Реклама театра в таком случае происходит в косвенном формате. Ещё одной новинкой для специалистов по продвижению бренда театра или спектакля стала стратегия распространения рекламы через аудиторию в интернете. Актёры театра и кино, развивая свой личный бренд, приходят к знаменитым инфлюенсерам (блогерам) на различные площадки, дают интервью и рассказывают об истории своей работы, обращая таким образом внимание аудитории на театр. [8]

Хорошим примером грамотного диджитал маркетинга является кейс продвижения иммерсивного театрального сериала «Дом 1907». Продукт совершенно новый, соответственно не было «упаковки», а значит трафика и продаж. Специалистами был применён комплексный performance-маркетинг, то есть контекстная реклама в Яндекс и Google и таргетированная реклама в ВК. Отдельное внимание они уделили созданию сайта с проработанным дизайном с учётом предпочтений пользователей и с позиции удобства использования, далее грамотно наполнили его контентом. Стратегия заключалась в том, что иммерсивные постановки становятся всё более популярными, поэтому особое внимание уделили баннерам, их сделали красочными и яркими, чтобы привлечь новых зрителей, заинтересовать необычным форматом. Специалисты грамотно настроили таргетированную рекламу, исходя из портрета целевой аудитории. После первых 4 дней рекламных тестирований они зафиксировали любопытный

факт: спектакли интересны, в первую очередь, женской аудитории и сделали большой акцент на неё. [3]

Если же обратиться к театру в целом, то для грамотного его продвижения необходимо проводить основательный маркетинговый анализ и, составляя стратегию продвижения, отталкиваться от его результатов. Однако в театре чаще всего не хватает человеческого или финансового ресурса на это. Зачастую в этой индустрии избегают цифровых значений и, если анализ всё таки проводится, то на основании других показателей. Также важно отметить, что продуманные стратегии в основном направлены на продвижение премьерных спектаклей сезона, тогда как остальному репертуару не уделяется особого внимания. Его продвижение как и бренда самого театра происходит за счёт стандартных каналов коммуникации. Пиар-отдел берётся за неперемёрные спектакли только в том случае, если создаётся критическая ситуация плохой продажи билетов. [8]

В заключение хотелось бы отметить, что театр представляет собой прежде всего «живое» искусство, и человеческий фактор в этой индустрии имеет огромное влияние. Однако в современных условиях популяризации медиа сферы театру необходимо адаптироваться, находить новые пути грамотного продвижения, которые позволят ему не только удерживать интерес зрителей к своему творчеству, но и расширять лояльную аудиторию. В первую очередь необходимо заняться сайтом: его удобством и визуальной составляющей. Грамотно продвигать его и сам театр в целом, чтобы бороться с проблемой перекупщиков билетов на спектакли. Важно также не пренебрегать анализом рынка, чтобы определить наиболее эффективную рекламную стратегию, включающую в себя как традиционные способы продвижения, так и новые, позволяющие идти в ногу со временем.

\*\*\*

1. Манифольд // Театр сегодня // THEA 1100 доктора Брайана Рэя – Признание театра, дополнение [Электронный ресурс] URL: <https://alg.manifoldapp.org/read/theatre-today/section/327dccbfe5c-406c-a820-8e0856df7de6> (дата обращения: 05.03.2024);
2. Веллингтон Анна Тихоновна // Современный театр. Эксперименты над формой и содержанием // ИСОМ. 2017. №3-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-teatr-eksperimenty-nad-formoy-i-soderzhaniem> (дата обращения: 05.03.2024);
3. Максим Полунков // Digital-стратегия для театра: теория и практика, хардкор и счастье // Ифентология [Электронный ресурс] URL: <https://eventologia.ru/blog/digital-strategiya-dlya-teatra-teoriya-praktika-hardkor-i-schaste> (дата обращения: 05.03.2024);
4. Алексей Синяков // «Это воровство». Как работает рынок перепродажи билетов // Московская перспектива [Электронный ресурс] URL: <https://mperspektiva.ru/topics/eto-vorovstvo-kak-rabotaet-rynok-pereprodazhi-biletov/> (дата обращения: 05.03.2024);
5. В. В. Горшкова // Продвижение культурного продукта в театральной сфере г. Красноярска методами Интернет-маркетинга // Сибирский Федеральный университет, кафедра рекламы и социально-культурной деятельности, 2021 г., URL: [https://elib.sfukras.ru/bitstream/handle/2311/144976/gorshkova\\_sayt.pdf?sequence](https://elib.sfukras.ru/bitstream/handle/2311/144976/gorshkova_sayt.pdf?sequence) (дата обращения: 05.03.2024);
6. Евгения Стогонова // Сборы театров в 2022 году превысили допандемийный уровень. Как на индустрию развлечений повлияло отсутствие зарубежных музыкантов и кино // Журнал РБК, Технологии и медиа, 2023 г., URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/07/08/2023/64ccf3229a79473a35dded47](https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/08/2023/64ccf3229a79473a35dded47) (дата обращения: 05.03.2024)
7. Васильева О.А. (2021) Влияние цифровизации на когнитивные и социальные ориентации поколения Z. В: Попкова Е.Г., Островская В.Н., Боговиз А.В. (ред.) Социально-экономические системы: парадигмы будущего. Исследования в области систем, принятия решений и контроля, том 314. Спрингер, Чам, URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-56433-9\\_134](https://doi.org/10.1007/978-3-030-56433-9_134) (дата обращения: 05.03.2024).
8. Белокопытова Анастасия // Стратегия продвижения театра в СМИ: методы, барьеры и возможности // НИУ ВШЭ, Факультет творческих индустрий, 2022 г., URL: <https://www.hse.ru/en/ba/media/students/diplomas/617707403> (дата обращения: 05.03.2024);

**Шорохова А.**  
**Тенденции развития корейского кинематографа**

ГУУ  
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-320

**Аннотация**

Данная статья посвящена истории развития индустрии корейского кинематографа, его текущего состояния и успешности на мировом рынке, а также методам продвижения корейского кино зарубежом. Целью является исследование «золотого века» корейского кино, маркетинговых стратегий корейских продюсеров и представление рекомендаций к продвижению индустрии в будущем. Методами исследования стал вторичный анализ и обзор открытых материалов российских и зарубежных (в том числе корейских) авторов. Фокус внимания направлен на изучение актуальных кейсов кинематографа Южной Кореи в сфере маркетинга и их продвижение, а также на аутентичные статьи корейских авторов. Результатами стали рекомендации по продвижению дорам и взаимодействию с аудиторией посредством диджитал-пространства.

**Ключевые слова:** Южная Корея, кинематограф, индустрия кино, маркетинг, технологии.

**Abstract**

This article is devoted to the history of the development of the Korean cinematography industry, its current state and success in the world market, as well as methods of promoting Korean cinematography abroad. The goal is to explore the «golden age» of Korean cinema, the marketing strategies of Korean producers, and provide recommendations for moving the industry forward in the future. The research methods were secondary analysis and review of open materials by Russian and foreign (including Korean) authors. The focus is on studying current cases of South Korean cinema in the field of marketing and their promotion, as well as on authentic articles by Korean authors. The results were recommendations for promoting dramas and interacting with audiences through the digital space.

**Keywords:** South Korea cinematography, the cinema industry, marketing, technology.

Бум корейской культуры в последние годы вызвал небывалый ажиотаж у любителей кино. В середине 1990-х годов появился термин «Халлю» (한류), что буквально означает «корейская волна» — это феномен, связанный с популяризацией корейской культуры и ее распространение в странах Запада и Юго-Восточной Азии. Интригующие сюжеты неспроста привлекают внимание и российских зрителей в том числе, ведь немногие Голливудские фильмы могут похвастаться настолько захватывающими и в своем роде уникальными проектами. Многие люди так или иначе слышали о таких дорамах как «Поезд в Пусан», «Игра в кальмара» и «Паразиты» — за последние несколько лет корейский кинематограф вышел из состояния вечного сна и вырос до мировых масштабов, успешно покоря сердце Запада. Однако проблематика корейского кинематографа заключается в его рекламном продвижении. Неиспользование должным образом онлайн-инструментов и отсутствие массового продвижения в социальных сетях не дают корейской индустрии кино подняться на тот уровень, который она заслуживает. Так или иначе — почему индустрия кино Южной Кореи вышла на мировой рынок только сейчас? Откуда и как берет начало развитие корейского кинематографа в целом? Именно цель изучения этих вопросов является основанием для написания этой статьи. Исследование подразумевает анализ основных этапов развития корейского кинематографа, ознакомление с актуальными маркетинговыми тактиками и методами распространения произведений кино, изучение сильных и слабых сторон индустрии в наши дни, а также

рассмотрение вариантов продвижения и оптимизации маркетинговых решений в развитии дальнейших проектов.

На сегодняшний день отрасль корейского кино находится в самом расцвете своего существования за счет развития технологий (более 200 новейших технологий начали использовать с 2020 года), с помощью которых производятся фильмы и сериалы, и появления новых подходов к маркетингу, сюжетным изыскам и в целом необычного характера съемок. Данный факт можно проиллюстрировать статистическими данными. По цифрам общих сборов рост в 2022 году составил 66% в сравнении с предыдущим годом. Умеренная положительная динамика, пусть и показатели все еще колеблются на 60%-ном значении от сборов 2019 года. Но ключевое преимущество в другом: в топ-10 самых кассовых фильмов попали уже 6 корейские дорамы. Однако на «подъем» корейский кинематограф пошел только ближе к нашим дням – во время COVID-19 кинопроизводство Южной Кореи потерпело наибольшие убытки. В цифрах по итогам 2020 года корейские прокатные сборы потеряли 80% прибыли в сравнении с прошлым сезоном. Это был угрожающий масштаб, но масштаб, сравнимый с остальным миром: ведущие американские и китайские рынки показали схожие проценты падения. Для того, чтобы полностью оправиться от потерь, Корею не хватило и 4 лет – все еще, несмотря на огромный спрос на свою продукцию, Южная Корея несет убытки из-за попытки «нагнать» упущенное за карантин.

Несмотря на успешное продвижение и стремительный рост популярности корейского кинематографа в современном мире, индустрия сталкивается с проблемами, тормозящими ее развитие. Например, согласно результатам исследования KOFIC, по итогам 2020 года корейские прокатные сборы потеряли 80% прибыли из-за коронавируса и остановки кинопроизводства в сравнении с прошлым сезоном. Это был угрожающий, но сравнимый с остальным миром масштаб: ведущие американские и китайские рынки показали похожие проценты падения. В топ-10 по сборам 2021 года попали всего два корейских фильма: «Побег из Могадшо» (2-е место) и «Провал» (6-е место). В общей сложности доля картин из Кореи (по сборам) опустилась до 30% — это исторический минимум с 2004 года. А если посмотреть на подборку самых ожидаемых корейских фильмов 2021-го по версии журналистского агентства Asian Movie Pulse [1], то ситуация оказывается совсем непрезентабельная: по прошествии года из 21 картин в прокат вышли лишь 5. К 2022 году корейские кинокомпании решили восполнить потери, вызванные пандемией, насколько это было возможно. Однако в сильной конкуренции корейских работ кроется и негативный аспект с большим числом кассовых провалов. CJ Entertainment, Lotte Entertainment, западные дистрибьюторы — все хотели восполнить прошлые потери, но возможности не позволяли строить долгосрочные планы. Уже старт сезона 2022 разрушил планы крупных игроков рынка: в конце декабря правительство объявило о новых ограничениях из-за всплеска штамма Омикрона. За этим последовали новые переносы (около 70 дорам были перенесены на следующий год), а по кассовым сборам продолжил лидировать американский фильм «Человек-паук: Нет пути домой». Те премьеры, которые все же добрались до кинотеатров, не вызвали огромного успеха: продолжение хитовых «Пиратов» (64 млн долларов вложенного бюджета) собрало лишь 10 млн, а «Спецдоставке» и «Серому кардиналу» не удалось достигнуть даже этих цифр. Усиленные ограничения из-за пандемии выданы на главные новогодние праздники, в том числе на Лунный Новый год. В традиционно важные для корейцев праздничные дни с 29 января по 2 февраля было продано лишь 1,36 млн билетов, а в 2020 году за аналогичный период — 4,9 млн. [6]

В целом корейский кинематограф берет свое начало незадолго до наших дней (примерно в начале 20 века): после освобождения 15 августа 1945 года Кореи от аннексии Японией наблюдается подъем в индустрии. Находящиеся до этого без работы кинематографисты принялись воскрешать отрасль. Например, уже в 1946 году корейский режиссер Чхве Ингю спродюсировал фильм «Да здравствует свобода!» Это был первый фильм, произведенный в стране после освобождения, поэтому публика сразу приняла его с теплом и любопытством, и он стал настоящим бестселлером того времени. Фильм является своего рода одой патриотизму с

сильными антияпонскими настроениями. Публика, которая не видела свободы на протяжении 36 лет, была тронута такой повесткой и в особенности концовкой. В течение нескольких лет после выпуска «Да здравствует свобода!» корейскими режиссерами было выпущено еще около 10 фильмов, но начавшаяся в 1950 году Корейская война с Северной Кореей заставила индустрию кино вновь столкнуться с неожиданными трудностями. [2]

Золотой век кинематографа Кореи наступает ближе к 60-м годам 20-го века, к концу Корейской войны: в 1959 году в Корею было выпущено 111 разнообразных фильмов и дорам, в то время как в 1954 году их количество составляло всего 8. Первым фильмом послевоенного периода стала экранизация романа «Сказание о Чхунхян» режиссера Ли Гю Хвана, который после войны оставил свою семью в Южной Корее и, как и многие кинематографисты левых взглядов, добровольно уехал в КНДР. Тем не менее «Сказание о Чхунхян» стало невероятно успешным на юге. Последовавшая за «Сказанием» в 1954 году «Свободная дама» режиссера Хан Хен Мо стала самым известным фильмом тех годов, которые сохранились целиком до сих пор. Фильм повествовал о любви северокорейской шпионки и южнокорейского полицейского, и люди выкупали абсолютно все места в залах кинотеатров, чтобы посмотреть на запрещенную романтику. То ли роль играл долгожданный вкус теперь уже полной свободы от оккупации Японией и войной с Северной Кореей, то ли простая тоска по хорошему кино за тяжелое время войны. [3]

Одновременно с этим развивалось и качество кино. Авторы начали экспериментировать с жанрами и темами. Например, режиссер Ким Ки Ён в своих картинах вывел на первый план женщину, и женщину не покорную и стереотипную, а властную и подавляющую мужчину. Самым известным его фильмом на эту тему стал фильм «Служанка» 1960 года. Это триллер о горничной, которая совращает своего хозяина. Фильм имеет пугающую картинку, но снят с сарказмом. Это не дает в полной мере проникнуться его мрачностью. Режиссер не хотел пугать зрителя, хотя, вероятно, мог бы. В конце фильма оказывается, что герой всего лишь в красках представил себе всю эту историю, в которой сам изменил своей жене с молодой горничной, посему грозит зрителю пальцем, улыбается и говорит: «Не западайте на молоденьких!» То есть, фильм проповедует традиционную семейную мораль, к чему и пришел Голливуд во второй половине 80-х. В «Служанке» немало выдающихся моментов, закрепившихся в истории корейского кинематографа в последующие годы. Например, камера внезапно выхватывает стоящую под дождем женскую фигуру с черными волосами. Такие наводящие тревожность и паранойю моменты воспроизводятся с успехом и в наши дни. [4]

Популяризация корейского кинематографа в мире обусловлена не простой «удачей», а результатами кропотливого и тяжелого труда не только на уровне кинопроизводства, но также и на законодательном. Еще в 1980-х годах прокат в Южной Корее был под тотальным влиянием Голливуда – корейцы хотели смотреть только американское кино и не интересовались продуктами собственного производства. Интересный факт заключается в том, что местные патриоты разнообразными методами хотели отбить желание публики смотреть фильмы родом из США – от подбрасывания змей в залы кинотеатров до резки полотен экранов. Ситуация изменилась только в тот момент, когда индустрией кино начало заниматься государство. Правительство оперативно отменило ограничения по цензуре в кинематографе и создало налоговые стимулы для компаний, инвестирующих в кино. Например, за каждый импортированный иностранный фильм местные кинокомпании должны были спродюсировать одну корейскую ленту. А в 1995 году у кинотеатров, не поддерживающих отечественный кинематограф, вовсе начали отбирать лицензии. Так процент создания фильмов и дорам в Корею значительно вырос и уже в 2000-е годы на всех международных фестивалях гремело корейское кино. В 2004 году Гран-при Канн получил фильм «Олдбой», срежиссированный Пак Чан Уком. Председатель жюри Квентин Тарантино даже назвал эту кинокартину шедевром. В целом побед у корейцев в нулевые и десятые годы нашего века было много, но успех и популярность Южной Кореи принесла «Золотая пальмовая ветвь» Каннского кинофестиваля и целых четыре Оскара, присужденные фильму Пон Чжун Хо «Паразиты». [7]

В Россию же корейский кинематограф на уровне официальных и платных онлайн-кинотеатров пришел не так давно – условно говоря только после успеха «Игры в кальмара» в 2021. До этого года, безусловно, российские кинотеатры выкупали права на те или иные дорамы и фильмы и показывали их, но в сравнении с периодом с 2021 года по 2024 год их количество незначительно. Статистические данные доказывают, что для российского зрителя корейский кинематограф стал более актуальным. Так, закупки корейских фильмов онлайн-сервисами в 2023 году за 9 первых месяцев выросли на 35% в сравнении с 2022 годом. На Wink представлено более 300 тайтлов корейского производства, 80 из них компания приобрела в 2023 году. Самые популярные — «История девятихвостого лиса», «Императрица Ки», «Истинная красота». Тенденцию к увеличению спроса на корейские дорамы подтверждают и в других онлайн-кинотеатрах. Так, в пресс-службе KION сообщили, что сервис регулярно пополняет свою библиотеку азиатскими тайтлами. В онлайн-кинотеатре Premier представлена 151 картина из Кореи — фильмы и сериалы. [5]

На распространение корейского кино на российской и мировой аренах в большей мере повлияли некоторые успешные тактики продвижения, которыми умело пользуются корейские продюсеры и маркетологи. Корейский кинематограф успешно продвигается за счет того, что жанровые границы размыты, зритель практически никогда не может предугадать, что произойдет на экране в следующие десять минут. Например, небезызвестные дорамы «Игра в кальмара», «Паразиты» и «Поезд в Пусан» не оставили зрителей равнодушными тем, что представляют собой безумный коктейль из слияния разных жанров: драмы, триллера, детектива, а местами даже неожиданной, но от этого не менее уместной комедии. Если в Голливудской индустрии кино режиссеры и сценаристы боязливо относятся к смертям главных героев и потенциальный зритель понимает, что его любимчик с вероятностью в 99% останется с ним до самой последней секунды экранного времени, то в корейском кинематографе все не так предсказуемо. На опыте многих фильмов и сериалов проглядывается тенденция убийств или пропажи главного героя, что делает картину еще более привлекательной, ведь не знать, чего ожидать дальше, куда интереснее. Даже при всей своей жестокости, корейскому кино удается быть одновременно и забавным, и милым. Кажется, сочетание таких жанров очень парадоксально, но в этом прячется свое обаяние и новизна, так западающее в душу смотрящих. Такой микс жанров сам по себе становится хорошим рекламным ходом, отличающимся от стандартных и политкорректных сюжетов Америки.

Продакт плейсмент также является одним из самых популярных способов продвижения в корейском кинематографе. При этом он не так навязчив и бросок, как его американский собрат. В основном рекламу у корейцев покупают корейцы же. Так корейские чеболи вроде Samsung и Hyundai вкладывают огромные средства в продвижение своей продукции через кинематограф. Даже если на телефонах и машинах не заостряется большое внимание на протяжении всего сериала, зритель замечает, как из дорамы в драму герои пользуются продуктами одних и тех же марок, что после хорошо сказывается на продажах компаний-конгломератов. Но чеболи не единственные компании, продукцию которых скрыто внедряют в сюжеты кинематографа. Более скромные и не такие распространенные бренды так же покупают себе место в реалиях сериалов. Особое внимание уделяется кофейным конфетам «КОРИКО», употребление которых можно заметить в каждой второй драме. Герои всегда с огромным удовольствием хрустят необычными сладостями, уверяя других персонажей (собственно, как и зрителей), что они помогают чувствовать себя бодро и в целом неплохо заменяют кофеин и энергетические напитки. Так в пример можно привести «Национальное голосование за смертную казнь», где и главные, и второстепенные герои практически в каждой серии едят эти конфеты, восхищаясь зарядом бодрости и энергии, которые они дают, и выглядит это отнюдь не как навязчивая реклама, пусть и появляется довольно часто.

Одним из видов популяризации дорам так же можно выделить амбассадорство люксовых брендов. Объяснить этот феномен достаточно просто: люксовые бренды имеют массовое распространение по всей планете, а не только территориально в пределах Кореи. Кто не слышал про Prada, Louis Vuitton и Calvin Klein? Компании размещают своих амбассадоров,

пользующихся их продукцией, в своих социальных сетях, повышая осведомленность об определенной личности, в нашем случае – том или ином актере. А дальше работает банальный интерес к персоне и желание узнать о ней больше. Люди скроллят интернет в попытках найти сферу деятельности человека на фотографии и узнают больше о мире корейского кинематографа, при желании погружаясь в него. Один из самых популярных актеров, известный своими ролями в дорамах «Поезд в Пусан», «Море спокойствия» и «Гоблин», Гон Ю не так давно стал амбассадором бренда Chanel, отметив это в эксклюзивной фотосессии для Elle Korea. Так же Гон Ю был приглашен к участию в рекламной кампании парфюмерии «La Mer», сводя с ума фанатов своим цветущим и элегантным видом. Примеров амбассадорства актеров с известными брендами еще множество. Звезда «Аварийной посадки любви» Хён Бин стал первым посланцем Tom Ford из Азии и бренда часов Omega, чья продукция идеально подходит под его статную мужскую фигуру.

Несмотря на то, что продвижение через социальные сети в Корею только набирает обороты, корейские маркетологи завоевали внимание зрителей умелыми интригами в онлайн-пространстве. Феномен «Игры в кальмара» заключается как минимум в том, что сериал будто бы сделан для диджитал маркетинга: в нем множество сцен, монологов и диалогов, которые можно разложить для разнообразных видео в популярной сети TikTok. Кроме того, костюмы охранников этой драмы настолько броские, но при этом простые в повторении и ассоциирующиеся только, непосредственно, с «Кальмаром», что одежду по их образу и подобию, а также разнообразный неофициальный мерч практически сразу же после бума популярности драмы начали выпускать на всех возможных маркетплейсах, что стало гарантированным промоушеном. Так же авторы сериала оперативно сделали фотозоны в различных частях метро Кореи, в котором, по сюжету драмы, главного героя и завлекли для участия в играх смерти. Такой рекламный ход тоже привлек большое внимание к драме. Однако отнюдь не все корейские драмы продвигаются таким образом, все-таки большее распространение фильмы и сериалы Кореи получают через другие инструменты маркетинга. Это и является главным недостатком корейского продвижения – в век цифровых технологий интернет используется меньше всего для продвижения своего продукта.

Вспоминая, что корейское кино не так популярно, как корейская индустрия поп-музыки, можно сделать вывод, что cameo известных айдолов хорошо способствуют в развитии того или иного произведения кинематографа. Многие обыватели могли банально не слышать о легендарных «Паразитах» или «Поезде в Пусан», но они точно так или иначе знакомы с творчеством групп BTS, Blackpink или EXO, даже если заочно. На радио, в торговых центрах, на улицах – самые популярные группы Кореи играют повсеместно. Приглашение популярных айдолов в драмы для эпизодической роли – важный прием, способный привлечь внимание фанатов той или иной группы. И без минутных cameo в Корею совмещение музыкальной и актерской деятельности – явление привычное, но всегда так неожиданно и более приятно увидеть любимчика на экране на пару секунд. В пример можно привести небезызвестную в Корею группу Red Velvet, которые в последнем эпизоде легендарной драмы «Потомки солнца» сыграли роль приглашенных гостей для военных на фестиваль. Для Reveluv (так называют фанатов группы Red Velvet) такое cameo любимых исполнителей стало хорошей причиной посмотреть сериал целиком, чтобы понять посыл, вложенный в такую эпизодическую роль. Еще один популярный случай – cameo Джинёна из GOT7 в драме «Растопи меня нежно», где он предстал перед фанатами персонажем, влюбленным в человека с хронической болезнью, демонстрируя свою любовь и безоговорочную поддержку своему партнеру. Такая сентиментальная история и чувственная роль айдола способна вызвать не только умиление и способность проникнуться чужой историей, но и улучшить положение певца в глазах других людей – как фанатов, так и простых слушателей.

Сам промоушен драм выходит на новый уровень: если в Голливуде продвигают новые вышедшие фильмы и сериалы с помощью интервью с актерами и периодическими выпусками разнообразных трейлеров, то маркетологи драм, используя все те же методы воздействия на потенциальную целевую аудиторию, помимо этого организуют целые выставки и даже

больше. За пример можно взять абсолютно любой корейский сериал, выпущенный такими студиями как MBC, KBS, SBS и tvN. Продюсеры дорам активно продвигают своих актеров с помощью небольших выставок, около стилизованных под сериал фургонами с едой и напитками. Однако на такие мероприятия обычных людей не допускают – такое продвижение рассчитано на создание видеозаписей, где актеры выказывают благодарность фанатам за поддержку, просят «позаботиться о них» (такая просьба – национальный корейский прием, когда человек просит поддержать его деятельность и вложенные в нее усилия) и, конечно, рассказывают о предстоящей дораме от себя. С помощью такого пиар-хода и распространения этих видео в социальных сетях компании люди массово узнают о предстоящей дораме, ее нюансах, актерском составе и прочих уникальных характеристиках определенного сюжета.

Проанализировав историю кинематографа Южной Кореи, отличительные черты ее продюсирования, режиссуры и продвижения, результатами статьи стали рекомендации к дальнейшему развитию индустрии. Корейским маркетологам стоит уделять больше внимания инструментам диджитал-маркетинга, ведь, как ни крути, на сегодняшний день западная аудитория готова поглощать иностранный контент с большей вероятностью, увидев что-то интересное и интригующее в социальных сетях. Многие успешные драмы вышли на мировой рынок именно благодаря использованию такого метода, что уже является хорошим примером для будущих работ корейских режиссеров. Кроме того, сотрудничество с такими платформами как Netflix также повышает уровень осведомленности о корейских проектах. Популярные сейчас драмы в большей мере распространяются именно через трансляции на Netflix, где смотрят произведения кинематографа большинство американских зрителей.

Таким образом, сейчас индустрия кино Южной Кореи подходит к своему пику – с каждым годом влияние корейской культуры на западных зрителей растет, как растет и интерес к самой стране в целом. Пройдя через страдания, оккупации, отсутствие свободы и полнейшую цензуру, Корея смогла вырваться из оков и стать примером для подражания многих новых режиссеров. Собственными тяжелыми усилиями, упорством и поддержкой государства страна завоевала доверие мирового рынка и вышла за территориальные пределы, покоря сердца Запада. В ближайшем будущем, если корейские маркетологи будут в полной мере пользоваться новейшими технологиями и тактиками продвижения, феномен «Халлю» в пределах нашей планеты станет еще масштабнее, а Южная Корея ближе к 50-м годам нашего века станет эталоном кино и будет не только хорошим конкурентом Голливуду, но и его полноценной заменой.

\*\*\*

1. Журналистское издание Asian Movie Pulse — URL: <https://asianmoviepulse.com/> (дата обращения: 08.04.2024)
2. М.А. Малинская. Этапы развития корейской киноиндустрии — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-gazvitiya-koreyskoy-kinoindustrii/viewer> (дата обращения: 08.04.2024)
3. Алла Хван. Очерки корейского кино (1903-2006гг.), 2021г. — URL: [https://kartaslov.ru/книги/Алла\\_Хван\\_Очерки\\_истории\\_корейского\\_кино\\_%281903\\_2006%29/2](https://kartaslov.ru/книги/Алла_Хван_Очерки_истории_корейского_кино_%281903_2006%29/2) (дата обращения: 08.04.2024)
4. Ким Хва. Популярная история корейского кино. — Сеул: 2001г. (дата обращения: 10.04.2024)
5. Официальный сайт Газеты Известия — URL: <https://iz.ru/> (дата обращения: 10.04.2024)
6. КОФИС연구. 영화산업의 가치사슬과 구조변화. 31.07.2023г. (дата обращения: 11.04.2024)
7. Тимоти К. Введение в корейском кино: пер. с англ. –М.: Вильямс, 2014 287 с. [Timothy Corrigan. Introduction to Korean Cinema. NY: Longman, 2014 287 с. ] (дата обращения: 12.04.2024)
8. Васильева, О. А. Коммуникационные стратегии международных брендов на зарубежных рынках в условиях Covid-19 / О. А. Васильева, Э. А. Кокотова // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 2(128). – С. 101-105. – EDN IEUUSI (дата обращения: 12.04.2024)

## РАЗДЕЛ XI. РЕКЛАМА

Красножен В.А.

**Модели – инфлюенсеры: формирование имиджа и контент – маркетинг**

*Государственный Университет Управления  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-321

### **Аннотация**

В статье раскрываются такие понятия как: «контент маркетинг» и «формирование имиджа» в социальной среде. Повествуется о необходимости формирования собственного бренда и его влияние на аудиторию. Особое внимание уделено развитию личного бренда и созданию уникального контента для аудитории. Рассмотрены основные факторы и современные инструменты формирования имиджа инфлюенсеров. В статье приведены данные развития рынка, а также о совместных кампаниях с известными брендами. Результатом статьи стали рекомендации по продвижению собственного имиджа инфлюенсеров в социальных сетях. Цель статьи – показать важность создания личного бренда и его влияние на аудиторию.

**Ключевые слова:** имидж, контент-маркетинг, инфлюенсеры, мода, PR-деятельности, уникальный стиль, модель, реклама, социальные сети, привлечение внимания.

### **Abstract**

The article reveals such concepts as "content marketing" and "image formation" in the social environment. It tells about the need to form your own brand and its impact on the audience. Special attention is paid to the development of a personal brand and the creation of unique content for the audience. The main factors and modern tools for the formation of the image of influencers are considered. The article provides data on market development, as well as on joint ventures with well-known brands. The result of the article were recommendations for promoting the influencers' own image on social networks. The purpose of the article is to show the importance of creating a personal brand and its impact on the audience.

**Keywords:** image, content marketing, influencers, fashion, PR activities, unique style, model, advertising, social networks, attracting attention.

В современном мире сфера моделинга тесно связана с популяризацией социальных институтов, внедрение новых технологий позволяет девушкам и мужчинам реализовать потенциал, сохраняя собственные ценности. На сегодняшний день понятие «мода» представляет последние и наиболее актуальные тенденции и стили в социальной индустрии, появляются новые каналы продвижения. За последние 50 лет сфера модного мира изменилась, на рынке стали образовываться новые медиа каналы, благодаря которым модели-инфлюенсеры привлекают клиентов, выстраивают долгосрочные отношения с брендами, и выстраивают личный бренд.

Одной из основных стратегий PR-деятельности для инфлюенсеров является построение сильного и цельного имиджа. Необходима разработка контент-стратегии, создание уникального стиля и образа, которые будут отражать личность и предоставлять ценности для аудитории. Управление общественным имиджем является важным аспектом PR-стратегии для инфлюенсеров. Стоит отметить, что модели должны следить за высказываниями в социальных сетях, участием в мероприятиях, сохраняя собственную репутацию и укрепить позитивное восприятие со стороны общественности.

В последние годы развитие платформ социальных сетей значительно изменило методы продвижения личного бренда, стали появляться новые модные направления, например: фэшн-маркетинг в сфере моделинга, PR-деятельность в формировании имиджа бренда модных

моделей и тд. Имидж и репутация является ключевым моментом в формировании собственного бренда в социальных сетях. В современном мире у каждого пользователя есть как минимум один аккаунт в социальных сетях, и большая часть общения происходит в онлайн-среде. Согласно идеям Ж. Бодрийера модельный бизнес становится все более зависим от использования информационных блоков для продвижения моделей-инфлюенсеров в социальной среде. Стоит отметить, что среди таких инструментов выделяют такие каналы, как создание контента, ведение личного аккаунта, и PR-коммуникации с потенциальными партнерами. В начале XX века профессия «модель» не существовала. Девушки были «манекенщицами», демонстрируя наряды в известных домах или ателье. В Европе и Америке впервые стали появляться «манекены», они помогали в формировании новых коллекций, вдохновляли модельеров на создание шедевров. За размерами девушек строго следили, рост не менее 160 сантиметров, знание нескольких иностранных языков, а также навыки общения в светских кругах.

Модели-инфлюенсеры – группа лиц, имеющие определенную репутацию у аудитории, оказывают влияние в социальных сетях для интеграции рекламных кампаний продуктов и брендов. Сотрудничают с компаниями для создания рекламного контента на различных площадках, таких как Telegram и ВКонтакте. Популярность и число подписчиков отражают интерес аудитории к создаваемому контенту.

Формирование модельного бизнеса началось в XIX веке, девушки «манекенщицы» стали не только демонстрировать наряды, и вдохновлять модельеров на создание новых дизайнерских решений, но и выступать в качестве элитных ассистенток и представительниц модных домов, подчеркивая изысканность образов. В середине XIX века сфера моделинга изменилась, стали появляться «домашние модели», они по несколько часов могли стоять на одном месте, чтобы портнихи подгоняли наряды, которые девушки демонстрировали в модных домах. В данную сферу в те времена было попасть невозможно, отбор проходил среди девушек со всего мира. Стоит отметить, что в 1980-1990-е годы возраст стал основным фактором успеха: к 22-м годам девушки считались «старыми», у них было намного меньше работ.

В 2000-х годах мир моды «перевернулся», начали появляться тенденции на здоровую худобу, девушек не заставляли сидеть на голодовках. Стоит отметить, что моделей перестали называть «манекенщицами», они стали принимать участие в модных показах, появляться на ТВ, и создавать имидж. Идеалами красоты того времени были «ангелы» Victoria's Secret – девушки с подтянутым телом и идеальной кожей лица. Модели получали рекламные интеграции, рассказывали на широкую публику о продуктах/товарах.

На сегодняшний день моделинг бывает разным, и инструменты продвижения рекламных интеграций, а также товаров/услуг. Помимо подиумных моделей, существуют модели-инфлюенсеры, которые функционируют как отдельные лица и группы, продвигая бренды, их услуги и продукты. Согласно исследованию «Grand View Research», у данных представителей есть значительное количество подписчиков в социальных сетях, таких как Telegram и ВКонтакте, они выстраивают коммуникации с аудиторией, создавая подлинные связи с потребителями социальной сети.

Маркетинг модных инфлюенсеров – влиятельные лица в социальных сетях с активной аудиторией, которые рассказывают потребителям о модных предметах таким образом, чтобы они были подлинными и личными. Существует несколько видов инфлюенсеров, такие как микро-влиятельные, обычно с небольшой аудиторией 5-15 тысяч подписчиков, имеют доверительные отношения с аудиторией, публикуют контент, и снимают рекламные интеграции для небольших компаний. И макро-влиятельные, они работают с крупными брендами, повышают узнаваемость бренда, создают контент, и повышают вовлеченность к рекламируемым товарам/продуктам.

Рынок постоянно развивается, появляются новые тенденции в индустрии моды. Мировой рынок в сфере маркетинга оценивается в 1,5 миллиарда долларов В США в 2019 году, и с каждым годом стремительно увеличивается (CAGR) в 35,7% с 2020 по 2027 год.

Феномен моделей-инфлюенсеров в социальных сетях стал неотъемлемой частью современных маркетинговых стратегий. Мода меняется, необходимо постоянно генерировать контент, отбирать качественные тренды, которые зацепят аудиторию и удержат их внимание. Стоит отметить, что маркетинг моделей-инфлюенсеров предлагает мост к подлинному вовлечению через личность, которым потребители доверяют и которыми восхищаются. Доверие является важной ценностью в социальном мире, что приводит к повышению узнаваемости бренда, доверия и, в конечном счете, увеличению продаж.

На сегодняшний день традиционная реклама, которая была основой модного маркетинга, все чаще воспринимается как менее эффективная. Например, бренд Хэйли Бибер «Rhode» стремительно развивается, они создают качественный контент, рассказывая о продукте. На страницах в социальных сетях десятки видео, где преобладает креатив, они делают «цепляющий» контент, привлекая новую аудиторию. Стоит отметить, что бренд работает с известными моделями-инфлюенсерами, девушки показывают рутину, используя продукты «Rhode», рассказывая о том, что данные продукты помогают коже выглядеть «сияющей». Способ формирования имиджа бренда модели на основе контент - маркетинга был использован качественно. В настоящее время торговая марка преодолела отметку в \$10 000 00 всего за 11 дней.

Несмотря на установившиеся традиционные имиджевые характеристики моделей-инфлюенсеров, развитие контента в социальном мире находится в процессе формирования. Платформы социальных сетей постоянно развиваются, с частыми обновлениями алгоритмов, которые могут повлиять на видимость и вовлеченность контента. Брендам и влиятельным лицам необходимо постоянно генерировать изменения, следить за новыми тенденциями, чтобы поддерживать охваты аудитории и взаимодействие.

Таким образом, необходимо определение конкретного вектора по формированию собственного имиджа инфлюенсеров в социальных сетях. С целью укрепления репутации и контента определяется необходимость:

1. в сотрудничестве с другими влиятельными лицами или брендами. Создавать различные совместные интеграции, которые помогут привлечь новую аудиторию и расширить охваты. Сотрудничество может принимать различные формы, такие как создание контента с известными моделями-инфлюенсерами, розыгрыши подарков и тд. Это может поспособствовать продвижению и повышению доверия.
2. в использовании ивент-маркетинга, который позволит конкретнее очертить целевую аудиторию, привлечь внимание к моделям-инфлюенсерам. В рамках эвент-маркетинга можно проводить различные интеграции с известными брендами, организовывать лотереи, организовывать открытия лекции по созданию контента, выстраиванию личного бренда, которые будут направлены на привлечение внимания целевой аудитории. Такие мероприятия позволяют рассказать о работе в социальных сетях, как создавать контент совместно с известными брендами, и создавать для них контент.
3. мониторинг и анализ эффективности. Регулярное отслеживание показателей вовлеченности, охватов и конверсии может помочь моделям-инфлюенсерам определить, что лучше работает для их аудитории, и соответствующим образом усовершенствовать стратегии продвижения создаваемого контента. Стоит отметить, что данный подход поможет более эффективно изучить то, что «цепляет» аудиторию, и какой контент необходимо создавать.

Подводя итог, можно сказать, что понятие формирование имиджа и контент маркетинг тесно связаны между собой. Необходимо постоянно выстраивать доверительные отношения с аудиторией, создавать качественный контент. В настоящее время каждый желающий может стать инфлюенсером, статус блогера может окончательно превратиться в профессиональный, и авторы блогов начнут выполнять функции между индустрией производства модных стандартов и широкой аудиторией потребителей. Кроме того, они играют ключевую роль в формировании

модных тенденций и влияющих на поведение и предпочтения широких масс. Создание уникального контента является спецификой моделей-инфлюенсеров.

\*\*\*

1. Васильева, О. А. Интерактивные маркетинговые технологии как тенденции развития рынка косметических услуг / О. А. Васильева, И. Г. Восканян // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 11(101). – С. 124-129.
2. Ечевская О. Г., Янке Е. Д. Фэшн-блогеры: новые агенты в индустрии моды // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. 2014. Том 14. Выпуск №2. Стр. 183–195. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/feshn-blogery-novye-agenty-v-industrii-mody/viewer> (дата обращения: 6.04.2024).
3. Никитина Е.А. «МОДНЫЙ» ДИСКУРС РОССИЙСКОЙ НЕДЕЛИ МОДЫ // Международный научный журнал. Коммуникативные исследования. 2015. Выпуск № 1 (3). Стр. 104–116. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modnyy-diskurs-rossiyskoy-nedeli-mody/viewer> (дата обращения: 6.04.2024).
4. Девяткина М.М., П.А. Коротина. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МОДЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ // Научный журнал. Вестник магистратуры. 2022. Выпуск № 11-1 (134). Стр. 53-55. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-modelnogo-biznesa-v-rossii/viewer> (дата обращения: 7.04.2024).
5. Михайлюк А.Б., Михайлюк А.Н. Евразийский союз ученых // ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВИКТИМИЗАЦИЯ В МОДЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-viktimizatsii-v-modelnom-biznese/viewer> (дата обращения: 7.04.2024).
6. Alexander Fury. Balenciaga Winter 2024. Courtesy of Balenciaga // [Электронный ресурс] // Another magazine. — URL: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/15477/balenciaga-demna-gvasalia-autumn-winter-2024-womenswear> (дата обращения: 7.04.2024).

**Васляева Анна Владимировна**

**Рекламные инструменты как ключевой фактор развития индустрии кофе**

*Государственный университет управления  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-08-2022-01

#### **Аннотация**

Данная статья посвящена изучению тенденций развития рекламных инструментов в индустрии кофе. Целью исследования является анализ кофейной сферы деятельности, а также выявление особенностей продвижения данной индустрии. Методами исследования стало изучение российских и зарубежных источников информации. Фокус внимания направлен на основные каналы продвижения кофейных продуктов, потребителей данного рынка товаров, а также рекламные инструменты, влияющие на развитие индустрии. Даны рекомендации по расширению области применения средств продвижения различных продуктов кофе

**Ключевые слова:** кофе, развитие, продвижение, рекламные инструменты, продукт, индустрия, рынок

#### **Abstract**

This article is devoted to the study of trends in the development of advertising tools in the coffee industry. The purpose of the study is to analyze the coffee industry, as well as to identify the features of the promotion of this industry. The research methods were the study of Russian and foreign sources of information. The focus is on the main channels of promotion of coffee products, consumers of this market of goods, as well as advertising tools that influence the development of the industry. Recommendations are given to expand the scope of the means of promoting various coffee products

**Keywords:** coffee, development, promotion, advertising tools, product, industry, market

На сегодняшний день на рынке продуктов существует огромное разнообразие напитков, без которых люди уже не представляют свое питание. Одним из таких популярных напитков является кофе. Многие людей начинают с него свой день, пьют на работе или в приятной компании, т.к. он придает энергии и заряд бодрости на целый день, кому-то нравится вкус, а кому-то сам ритуал и эстетика чашки кофе. Кофейная индустрия имеет огромную важность на

рынке продуктов, т.к. всеми любимый напиток стал занимать второе место по популярности после воды.

В современном мире рынок кофе продолжает демонстрировать стабильный рост, о чем свидетельствует популярность кофейных напитков среди людей, которая по-прежнему высока и продолжает увеличиваться. Этот тренд подталкивает развитие кофейного бизнеса в стране, привлекая как крупные мировые компании, так и местных производителей. Данное явление способствует тому, что появляются «такие преимущества выхода на зарубежные рынки, как увеличение продаж и прибыли, диверсификация собственных рынков при уменьшении зависимости от какого-либо одного рынка, более широкий доступ к ресурсам и талантам, доступ к возможностям валютного рынка, экономия на масштабе и лучшая рентабельность по мере роста производства, получение признания бренда как международного бизнеса и пр.» [1, с. 101]. Из чего вытекает то, что на рынке можно найти разнообразные кофейные продукты, отличающиеся содержанием кофеина, внешним видом и вкусом. Прогнозируется, что рынок будет увеличиваться в среднем на 7,60% ежегодно в период 2022-2027 годов. Рост потребления кофе вне дома, быстрая урбанизация, увеличение онлайн-продаж, оперативная доставка и повышение доходов поколения Z будут способствовать развитию рынка в ближайшие годы.

История происхождения напитка до сих пор остается неясной, потому что охватывает несколько периодов в особенности первые цивилизации Ближнего Востока. В настоящее время существует несколько легенд о первооткрывателях кофе и его функциях. По одной версии это были предки народов оромо, которые первые заметили бодрящий эффект кофе, однако на сегодняшний момент никаких прямых доказательств этому нет. Вторая легенда об эфиопском пастухе Калдиме, который нашел кофейное дерево в 850 году и начал замечать, что после поедания его плодов он становится более активным. Более поздние свидетельства повествуют, что впервые кофе начали употреблять в суфийских монастырях Йемена, вследствие чего напиток из Эфиопии начал распространяться по всему Ближнему и Среднему Востоку. К XIX веку кофе широко распространился в Италии, Индонезии и Америке. Если говорить про Европу, то первыми употреблять кофе начали венецианцы, однако росту популярности напитка стала препятствовать католическая церковь, считавшая его изобретением дьявола. Только в 1605 году папа Климент Восьмой объявил кофе приемлемым для христиан. Только спустя полвека напиток попробовали французы, а еще через пару лет – жители Германии. В 1723 году его завезли в Северную Америку, а в 1727 – в Южную. Спустя 3 столетия Бразилия стала одним из основных производителей кофе на планете. К началу 20 века потребление кофе достигло рекордно высокого уровня. На данный момент скорость потребления кофе составляет более 2,25 миллиардов чашек напитка в день. Из них 400 млн приходится на долю американцев.

Важно отметить, что за последние 50 лет в индустрии кофе произошли многие изменения, которые способствовали прогрессу и совершенствованию данной сферы на новом уровне.

Последние пятьдесят лет не могли остаться без внимания, поэтому здесь стоит остановиться и подробно рассмотреть какие изменения произошли за достаточно значимый промежуток времени. Ведь именно тогда данная индустрия сдвинулась с мертвой точки и начала двигаться направление совершенствования и преобразований.

Раньше кофе придавалось обработке только для изъятия зерна из кофейного плода. Еще в 1850-х годах на Ямайке кофе стали обрабатывать с помощью мытой обработки, которая заключается в том, чтобы убрать с ягод кожицу (депульпация), а затем сложить в кучу для ферментации. После чего оставалось только промыть ягоды водой и в пергаментной оболочке просушить. Натуральная обработка была зависима от погодных условий и климата, т.к. влажность воздуха и температура определяли результат сушки. Сейчас же специалисты изучили, что разные методы обработки одного и того же сорта зерна имеют существенное влияние на формирование вкуса. Поэтому фермеры начали придавать кофейный фрукт обработке извлекая из этого выгоду, так как способ обработки добавляет продукту еще больше уникальности. Основная задача этого процесса – изъять два зернышка из фрукта. Одним из этапов обработки является ферментация, которая представляет собой процесс брожения и

расщепления сложных веществ на простые, в результате чего формируется вкусовая гамма зерна. Дрожжей и бактерий, сохраняющихся снаружи фрукта во время обработки, становится больше, проникая в мякоть, что позволяет создать особенный вкус и с легкостью очистить зерна от других слоев фрукта. Более того, на сегодняшний день выделяют два вида процесса ферментации – с участием кислорода (аэробная) и без него (анаэробная). Смотря на все выше сказанное, то с уверенностью можно утверждать, что в течение достаточного времени произошел большой прогресс во вкусе кофе и методе его обработки.

Еще одним важным аспектом стал сам процесс потребления кофе. Под влиянием разных культур и исторических реалий, это действие видоизменялось, окрашивалось в позитивные или наоборот отрицательные восприятия и меняло свой социальный статус. В прошлом веке потребление кофе было неотъемлемой частью повседневной жизни, поскольку люди пили его дома или на деловых встречах в рабочее время, чтобы оставаться бодрыми и в хорошем настроении. Далее, с активным развитием этой культуры и распространением кофеен кофе стал не просто напитком, но и средством социального «клея» между людьми.

В наши дни посещение кофейни — это особый ритуал, который позволяет людям встречаться, общаться и наслаждаться уютной атмосферой, ведь теперь кофе ассоциируется с чувством комфорта и тепла. Посещая кофейни, многие гости предпочитают выбирать напитки, которые отражают их индивидуальные вкусовые предпочтения, а также стиль жизни, что подчеркивает важность связи между выбором кофе, настроением потребителя и его демонстрацией своей неповторимой индивидуальности. Это, в свою очередь, закрепило позитивное восприятие употребления кофе и вывело его на новый более массовый уровень, а также стало средством объединения самых разных людей. Оборудование для приготовления кофе является важной частью процесса создания этого напитка и за последние пятьдесят лет претерпело значительные изменения и усовершенствования. Один из самых старейших способов приготовления кофе является заваривание в турке. Его суть состоит в том, чтобы насыпать кофейный порошок в небольшой медный кувшинчик, залить водой и подогреть на огне или в горячем песке по-турецки. Однако этот способ был достаточно сложным, потому что надо было внимательно следить за процессом приготовления и не в коем случае не перегреть или недогреть напиток. Далее во Франции была придумана капельная кофеварка, в которой вода проходила через молотый кофе, в результате чего готовился крепкий напиток, не хуже того, что был приготовлен в турке. В начале XX века было изобретена первая кофемашина, которая могла приготовить эспрессо. Вода под давлением пропусклась через молотый кофе и выпускала готовый напиток в чашку. В конце пятидесятых годов, для настоящих домашних любителей кофе стали упаковывать кофе в пакетики, но качество было не таким высоким, как хотелось, так как порошок быстро выветривался и появлялся посторонний запах. В 1975 году была изобретена капсула кофе инженером компании Nestle. Он включил фильтр и мембрану в основание, а в основной отсек включил молотый кофе. Так, механизм прокалывает капсулу, в которую попадает вода, из-за чего появляется давление, и она прокалывается снова, вследствие чего готовые кофе наполняет чашку.

За последнее время появляются иные проблемы, которые тем или иным образом замедляют динамическое развитие кофейной индустрии на мировом рынке. Рассматривая статистику за последние сезоны, можно обнаружить тенденцию снижения производства (процент прирост составил – от 0,49% до 3,51%, что в количественном выражении соответствует – 146774 тыс. мешков против 141620 тыс. мешков). Один из основных факторов, в большей степени влияющий на уменьшение производственных мощностей, стало климатическое изменение, которое наиболее ярко прослеживается в странах Восточной Африки и Бразилии. Аномальная засуха, неурожайные сезоны значительно повлияли на производство, что привело к увеличению цены. Некоторые страны, в частности Индонезия, Перу и Бразилия, которые долгое время оставались в ряду лидирующих, потеряли устойчивое положение на рынке. Здесь также стоит отметить, что остальные крупнейшие страны-экспортеры не потеряли свои позиции на производственном поприще, но даже отметили небольшой прирост.

Однако, несмотря на определенные проблемы, кофе пользуется особой популярностью у людей, поэтому здесь важно иметь определенные стратегии продвижения и способы взаимодействия с потребителями. Также важную роль в развитии индустрии играют рекламные инструменты, которые позволяют продвигать кофейные продукты, а также бренды, которые выпускают их на рынок. Поэтому расширение и развитие самих рекламных средств необходимо, так как именно с помощью них потребители будут осведомленными о разных новшествах на рынке.

Важную роль в продвижении кофе является ведение социальных сетей. Так как на сегодняшний день все люди пользуются различными серверами для развлечения, общения и знакомств, то это становится отличной площадкой для раскручивания бренда. На сегодняшний день около 65 % людей пьют кофе и около 55% являются активными пользователями сети Интернет, то можно сделать вывод, что большая часть продвижения идет в медиа пространстве, т.е. это реклама в социальных сетях, реклама по телевидению, сотрудничество с блоггерами, медийными лицами и др. Например, страничку в социальных сетях может вести обычная кофейня, где будет указана вся необходимая информация, начиная от места положения заканчивая меню и отзывами клиентов, вследствие чего установится прямой контакт с аудиторией. Примером может являться страничка кофейни Surf coffee, где есть публикации качественного контента о кофе, его производстве, приготовлении и влиянии на здоровье может привлечь внимание целевой аудитории и вызвать интерес к продукту. Активное взаимодействие с подписчиками через комментарии, лайки и ответы на вопросы, что позволяет узнать предпочтения и потребности потребителей, что помогает адаптировать контент под их ожидания. На аккаунт также могут выйти более крупные работодатели, инфлюенсеры, которые предложат сотрудничество или рекламу определенного вида кофе, что станет источником дохода, а также будет направлено на популяризацию конкретного производителя кофе. Поэтому социальные сети и активная деятельность в их рамках существенно помогают в продвижении кофейной индустрии.

Участие в различных выставках, мероприятиях и фестивалях является еще одним способом продвижения в индустрии кофе. Это отличная возможность для брендов и компаний продемонстрировать свою продукцию, новейшие технологии и экспертизу перед широкой аудиторией профессионалов и потребителей. Организация выставок, конкурсов и фестивалей способствует решению нескольких задач: знакомство участников рынка с новыми брендами, помощь в установлении необходимых контактов для развития бизнеса, проведение дегустаций для презентации новых вкусов и методов приготовления кофе, формирование профессионального сообщества для обмена опытом, знакомство с актуальными трендами и свежими идеями участников отрасли. Если говорить про Россию, то тут можно также выделить несколько выставок: Coffe Tea Cacao Russian Expo и PIR-COFFEE, городской фестиваль Moscow Coffee Festival, фестиваль «Кофейный пикник» и т.д. Следовательно, участие компаний в выставках и фестивалях важный инструмент для продвижения кофейной индустрии, который выполняет имиджевую, маркетинговую, просветительскую функции.

Блоггеры также принимают активное участие в продвижении продукта, в зависимости от их стиля и аудитории. Например, блоггеры проводят обзоры на различные сорта кофе, кофейное оборудование или какие-то аксессуары, делятся своим мнением поэтому поводу и дают свои рекомендации аудитории, которая к ним прислушивается. К примеру, блоггер Евгений Тимошкин (timoshkinevgeniy) часто снимает обзоры на кофейни и пробует различные кофе там, которые вскоре выкладывает в свой профиль в социальных сетях. Еще могу привести пример блоггера nastyabrownie, которая также ведет свою страничку про кофе, являясь баристой, снимает различные ситуации в кофейне, а также посещает другие различные заведения с кофе. Часто медийные личности устраивают различные конкурсы с призами от кофейных брендов, что помогает привлечь внимание потребителей и увеличить узнаваемость бренда. Поэтому сотрудничество с блоггерами всегда будет иметь хороший результат в продвижении и поможет привлечь новую аудиторию, укрепив свою позицию на рынке.

Также стоит рассмотреть другой результативный способ продвижения - рассылка электронных писем. Здесь можно выделить несколько основных стратегических пунктов. Наличие и развитие базы потребителей, заинтересованных в новинках, акциях и специальных предложениях компании. Регулярная рассылка напоминает клиентам о вашем бренде, стимулирует на повторные покупки. Здесь можно привести пример кофейни Stars coffee, которая через мобильное приложение и базу данных, оповещает клиентов о скидках, сезонных меню, акциях, клубных картах. Из этого можно сделать вывод о важности использования всевозможных рекламных инструментов для расширения и удержания аудитории, что приведет к большей популярности бренда.

На данный момент телевизионная реклама является доверительным источником информации для большого количества людей. Об этом свидетельствуют аналитические результаты авторитетной компании Nielsen – около 62% зрителей склонны к положительной оценке, а 68% регулярно совершают покупки товаров и услуг под воздействием такой рекламы. Данный инструмент – регулярное упоминание тех или иных продуктов, также увеличивает процент узнаваемости бренда, стимулирует продажи и обеспечивает актуальность товаров на долгосрочный период. Такая стратегия в основном направлена на потребителей, предпочитающих телевидение Интернету. Это могут быть люди средних лет и пожилого возраста, жители сельской местности и провинции.

Так, например, реклама кофе более часто прибегает к эмоциональному восприятию зрителей. Здесь актуальны темы уюта, комфорта, утреннего ритуала или романтизации бодрящего эффекта. Ролики часто могут иметь определенную историю о происхождении кофе, методах приготовления или о важности чашки кофе с утра. Такие сюжеты близки и понятны для аудитории и соответственно располагают и вызывают доверие. Компания Nescafé в своих рекламных роликах многократно использовала сюжет утреннего пробуждения, где начало дня с чашки кофе обеспечивает позитивное настроение, спокойствие и уверенность. Итальянский бренд Lavazza выпустил креативный промо-ролик, в котором снялся футболист клуба «Зенит» - Клаудио Маркизио, что способствовало популяризации их продукта в России и привлечению новой аудитории. Бренд Lavazza специализируется на производстве различных сортов кофе. В этом году они решили запустить рекламную кампанию в различных странах мира, в том числе и на территории Российской Федерации. Телевизионная реклама стала основным инструментом в достижении наибольшей эффективности для этой задачи.

Таким образом, индустрия кофе представляет огромную область для исследовательских работ. Одним из наиболее актуальных сегментов этого рынка являются рекламные методы, стратегии и инструменты, которые с течением времени меняются и развиваются. Внимательный анализ продуктивных или неудачных решений, повторяющихся тенденций, а также уникальных решений в сфере продвижения продуктов, может помочь определить наиболее действенные методы и способы рекламирования. Проведение такой работы с большей вероятностью поможет обеспечить стабильность дохода производства, востребованность на рынке, а также развитие качества продукта только в лучшую сторону.

\*\*\*

1. **Васильева, О. А., Коммуникационные стратегии международных брендов на зарубежных рынках в условиях Covid-19 /** О. А. Васильева, Э. А. Кокотова // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 2(128). – С. 101-105. – EDN IEUUSI
2. IXBT.live//Кофе: три легенды о первооткрывателях напитков и одна версия происхождения названия напитка//Режим доступа: <https://www.ixbt.com/live/offtopic/kto-otkryl-kofe.html>
3. Винничек Л.Б., Кафтулина Ю.А., Батова В.Н, Тенденции и проблемы мирового рынка кофе// Московский экономический журнал №1, 2017, стр. 123-124
4. BusinesStat// Анализ рынка кофе в России в 2019-2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг. Структура розничной торговли - [https://businesstat.ru/images/demo/coffee\\_russia\\_demo\\_businesstat.pdf](https://businesstat.ru/images/demo/coffee_russia_demo_businesstat.pdf)
5. Frost24.ru// Основные методы продвижения кофейни и эффективные каналы взаимодействия с целевой аудиторией с учетом этапа развития бизнеса// Режим доступа: <https://frost26.ru/blog/biznes/kanaly-prodvizheniya-dlya-kofeyni/>

6. Смоленцева Е.В., Производство кофе как элемент мирового рынка кофе// Московский экономический журнал №7, 2019, стр. 601-605
7. Кароматов И.Д., Очилова Д.А., Комилова Б.О., Гиязова М.М., История кофе//Кофе и Медицина (физиология, эпиде

**Абдуллина И.Р.**

**Подходы к популяризации художественной гимнастики в современных условиях**

*Государственный университет управления  
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-322

**Аннотация**

В статье раскрывается художественная гимнастика как профессиональный вид спорта. Целью работы является изучение существующих методов рекламирования художественной гимнастики в современных условиях. Результат работы – разработка возможных методов популяризации художественной гимнастики, как вида спорта.

**Ключевые слова:** художественная гимнастика, спорт, реклама, PR

**Abstract**

The article reveals rhythmic gymnastics as a professional sport. The purpose of the work is to study the existing methods of advertising rhythmic gymnastics in modern conditions. The result of the work is the development of possible methods to popularize rhythmic gymnastics as a sport.

**Keywords:** rhythmic gymnastics, sports, advertising, PR

Художественная гимнастика является одним из самых зрелищных видов спорта, в котором сбалансированно совмещены сложные технические элементы и невероятная грация. Истоки гимнастики уходят в Древнюю Грецию, где ею занимались для развития гармонии тела. Возрождение гимнастики пришлось на 19 век. Все началось во Франции, когда Жорж Демени систематизировал физические упражнения и предложил использовать инвентарь – палки, обручи. Также ученый считал, что основными задачами в физическом воспитании девушек должны быть гибкость, плавность движений и поддержание хорошей осанки.

«François Delsarte (1811 – 1871) посвятил жизнь раскрытию тех законов, которые руководят человеческим телом, когда оно выражает то или иное чувство. Его можно назвать основателем науки о телесной выразительности. В течение сорока лет он преподавал в Париже. Лучшие артисты его времени ходили к нему, чтобы совершенствоваться в драматическом искусстве, пластике и выразительном пении...» [3]

Как вид спорта художественная гимнастика зародилась в России. В 1920-х в СССР появились школы и студии ритмики. На основе исследований сотрудников Ленинградского дома художественного воспитания детей в 1934 году открылась Высшая школа художественного движения. Основной целью деятельности этого заведения было введение художественной гимнастики как самостоятельного вида спорта в систему физической культуры СССР. Первое соревнование было проведено в 1939 году в Ленинграде. Именно тогда был заложен базис официальных и негласных правил. Первые международные соревнования прошли в Будапеште в 1963 году под названием «Кубок Европы». А в 1980 году художественная гимнастика была включена в олимпийскую программу. В 1984 году художественная гимнастика дебютировала в олимпийской программе.

До середины 1980-х гг. гимнастки выступали под аккомпанемент пианистов, позже, благодаря технике, появилась возможность использовать фонограмму.

В начале спортсменки в основном занимались без предметов, но постепенно они стали основой выступлений гимнасток. Сегодня в Олимпийскую программу выступлений входят: упражнения в индивидуальной программе (мяч, лента, булавы, обруч) и 2 упражнения для групповых.

Мяч пришел в художественную гимнастику в 1934 году, когда она только зарождалась. Мяч заимствовали из детских игр, но он претерпел множество изменений. Сначала это были небольшие мячи, что требовало от спортсменок повышенной аккуратности и концентрации. С течением времени диаметр мяча начал увеличиваться. Теперь его можно было не только подбрасывать, но и перекатывать по телу, что помогало подчеркивать пластичность движений. В 1965 году упражнения с мячом были утверждены на международном уровне. На сегодняшний день диаметр мяча составляет 18-20 сантиметров, а вес около 400 грамм, также он должен быть сделан из хорошей резины и покрыт специальным покрытием, которое создает ощущение, что мяч прилипает к коже.

Лента считается одним из самых сложных предметов для выступления из-за того, что на ее работу и полем могут влиять внешние факторы, как, например, кондиционеры, повышенная влажность в зале и так далее. В гимнастику она пришла из балета. Желая добавить грациозности своим движениям, балерины выступали с длинными платками или шальями из легких тканей. Потом ткань стали закреплять на тонкой палке, в таком виде предмет перекочевал в гимнастику. Лента современного формата была утверждена в 1954 году. Сама идея танца с лентой принадлежала композитору Рейнгольду Глиэру и была впервые реализована в балете «Красный мак». Исполнителем танца с лентой был Асаф Мессерер.

По современным правилам лента всегда должна быть в движении, поэтому их обычно изготавливают из атласной или другой легкой ткани. В длину лента должна быть не менее 6 метров, а палочка – 50-60 сантиметров.

Булавы были привнесены в спорт Жоржем Демени. Он предложил использовать булавы для тренировки координации тела и концентрации внимания. В 1930-1940-е годы упражнения с булавами считались отдельным видом спорта. Также упражнения с ними пытались реализовать в спортивной гимнастике, но попытка оказалась неудачной.

В 1950-е годы булавы вошли в программу художественной гимнастики. В 60-е они были заменены на вымпелы, а в 1973 году булавы стали официальным предметом для выступлений. Раньше булавы изготавливали из дерева, но к сегодняшнему дню перешли на пластик и каучук. В длину булава 40-50 сантиметров с весом в 150 грамм.

Обруч является последним предметом, пришедшим в художественную гимнастику. Взятые они были из цирка и спортивной гимнастики. Сначала они были металлическими и увесистыми и использовались для тренировки мышц. В 1961 году обруч был утвержден как предмет для выступлений. В конце 60-х обручи изготавливали из дерева, а на сегодняшний день спортсменки используют исключительно обручи из пластмассы. Это делает предмет легким и менее травмоопасным. Современный обруч в диаметре составляет 80-90 сантиметров при минимальном весе в 300 грамм.

Также долгое время в репертуар предметов для выступления у гимнасток входила скакалка. Как и мяч, она появилась в 1934 году. В 1965 году ее признали отдельным предметом. Но в 2009 году из репертуара выступлений взрослых скакалку убрали, потому что этот предмет тогда было плохо видно с экранов телевизоров.

Но за своей воздушностью и грацией художественная гимнастика скрывает и темную сторону. У каждой профессиональной спортсменки есть множество травм, так, например, у Ляйсан Утяшевой на пути к успеху встал множественный перелом ладьевидной кости на левой ступне, которой врачи не могли обнаружить в течение очень длительного промежутка времени.

«Согласно данным спортивного диспансера, углубленное медицинское обследование прошли 236 гимнасток в возрасте от 7 до 16 лет. Среди них в первую диспансерную группу вошли 60 гимнасток (25,4%), во вторую – 174 гимнастки (73,7%), в третью – 2 гимнастки (0,9%). Стоит отметить, что среди обследуемых высока доля спортсменок, имеющих в заключении два и более диагноза, – 28,0%». [1, с. 8]

По данным статьи чаще всего у спортсменок встречаются функциональные кардиопатии (30,5% случаев). Считается, что такие нарушения возникают из-за специфичных тренировок, доводящих организмы гимнасток почти до предела. Второй по частоте встречается близорукость (21,6%). Кроме миопии, у спортсменок также встречаются такие нарушения

зрения, как астигматизм (2,5%) и гиперметропия (2,1%). Третьей по частоте встречается дискинезия желчевыводящих путей (8,9%).

Также было проведено исследование, имеющее своей целью выяснить локализацию травм гимнасток. По результатам выяснилось, что чаще всего спортсменки травмировали стопы – в 31,8% случаев. Следом идут травмы верхних конечностей (22,4%), затем травмы спины (21,1%), чаще всего жалобы поступают на боли в поясничном отделе. Далее идут боли в коленных суставах (11,8%), в паховой области (9,9%) и в шее (4,6%).

Ещё во время исследования было установлено, что чаще всего ко врачу с жалобами на травмы обращаются гимнастки 16 и более лет, где на 1 человека в среднем приходится 3,46 травмы.

Художественная гимнастика – это спорт длительной подготовки и сиюминутных эмоций. Гимнастки привлекают внимание своими уникальными выступлениями, которые сочетают в себе техническое мастерство и изящество. Но этот вид спорта не слишком часто прибегает к рекламе и пр. Хотя периодически такие явления можно наблюдать.

Большую роль в маркетинговой коммуникации играет сотрудничество с амбассадорами. Амбассадор является не просто лицом бренда, а лидером с четко поставленной целью, который способен объединить людей на почве общих интересов. Амбассадоры в спорте также помогают развивать культуру здорового образа жизни. Такие люди проводят открытые тренировки, делятся накопленным опытом и мотивируют коллег работать усерднее. С помощью амбассадоров компания старается решить сразу несколько задач. Некоторые из них имеют исключительно практический характер: поддержание имиджа, повышение узнаваемости, информировании о мероприятии, товаре или услуге. Амбассадор в таких отношениях становится проводником идей бренда, транслируя его философию и ценности. В качестве амбассадора компании обычно выбирают известных, успешных и харизматичных людей. Спортивные бренды на роль амбассадоров в основном выбирают звезд спорта. Например, Лала Крамаренко, ведущая гимнастка в России, с января 2021 года является амбассадором ZASPORT. Известный спортсмен очень выгоден при ненавязчивой рекламе спортивного инвентаря или одежды. Он будет носить вещи определенного бренда, подкрепляя все своим выбором, а поклонники по разным причинам тоже будут стараться покупать продукцию рекламируемого бренда. Причины могут быть разные: желание походить на своего кумира, ощущение связи со спортсменом. Каждая компания предъявляет к кандидатам свои требования, и самостоятельно решает, в каком формате проводить отбор. Инициатива сотрудничества почти всегда исходит от компании, проводившей мероприятие, и повлиять на это сложно

Новости также играют важную роль в повышении осведомленности об этом виде спорта, потому что они помогают в привлечении внимания людей к соревнованиям и мероприятиям с участием спортсменок. Также новости помогают привлечь интерес не только зрителей, но и именитых тренеров, хореографов и спонсоров. Новости о предстоящих соревнованиях, интервью, результаты соревнований и другая полезная информация – все это повышает популярность не только конкретных спортсменок, но и художественной гимнастики как вида спорта в целом. Благодаря этому массовый зритель может узнать о появлении новых талантов и следить за их успехами, выбирать своих фаворитов и болеть за них. Так, например, широкий общественный резонанс в российском обществе вызвал проигрыш Дина Авериной на Олимпиаде Токио-2020. Она уступила первое место израильтянке Линой Ашрам с разрывом в 0,15 балла. Это был шок для России, потому что, начиная с 2000 года по 2016 год, российские гимнастки на Олимпиаде всегда занимали первое место. Помимо всего прочего, новости могут быть использованы для продвижения спортивных брендов, помогая им увеличить продажи и поднять свой авторитет. Таким образом, новости помогают в развитии художественной гимнастики и связанных с ней областей бизнеса.

Также в гимнастике присутствует локализованное сарафанное радио. В большинстве случаев это касается людей, хотя бы частично связанных с этим спортом. Например, о тренере из какого-то района или о лучшем дизайнере купальников города узнают именно благодаря сарафанному радио. Такой тип информирования больше популярен именно среди спортсменов

и тренеров, нежели среди простых зрителей. Потому что именно профессионалам нужно выгодное соотношение цены и качества предметов, купальников, полупальцев и даже сеточек для пучка. Поэтому сарафанное радио оказывает практически жизненно необходимое влияние на процессы купли-продажи спортсменками инвентаря и прочих аксессуаров.

Таким образом, использование вышеперечисленных методов информирования с разных сторон поддерживает и помогает в развитии художественной гимнастики.

Также как средство рекламирования, можно использовать баннеры, информирующие людей о предстоящих крупных соревнованиях. Несмотря на достаточно высокую стоимость данного метода распространения информации, такой способ имеет один из наиболее широких охватов аудитории, имеет большое разнообразие форматов и достаточно быстро печатается. Такой формат уже достаточно успешно реализован в фигурном катании.

Ещё одним достаточно эффективным методом информирования в современности является интернет-реклама. Рекламный рынок в интернете растёт с невероятной скоростью, что даёт много возможностей наладить коммуникацию с потребителями. Доступность и интерактивность интернет-рекламы способны долго подогревать интерес человека.

Подводя итог, стоит сказать, что спортивная индустрия очень универсальна. Спорт создаёт работы, оживляет экономику, втягивает людей, поэтому в нём всегда есть, что обсудить. Гимнастика не является исключением, а коммуникационные кампании могут помочь ей стать ещё популярнее, привести в спорт новые таланты, запустить новый виток развития.

\*\*\*

1. Бикчурин Н.М., Тахавиева Ф.В. Травмы и заболевания у юных спортсменок, занимающихся художественной гимнастикой // Наука и спорт: современные тенденции. 2018. №4 <https://www.sciencesport.ru/sites/default/files/media/articles/files/2020-02/%D0%91%D0%B8%D0%BA%D1%87%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%BD%20%D0%9D.%D0%9C.%2C%20%D0%A2%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B5%D0%B2%D0%B0%20%D0%A4.%D0%92..pdf>
2. Васильева, О. А. Презентация как форма эффективной коммуникации в сфере рекламы / О. А. Васильева // Scientific achievements of the third millennium : Collection of scientific papers on materials XIII International Scientific Conference, New York, 25 марта 2021 года. – New York: SPC "LJournal", 2021. – С. 91-93. – DOI 10.18411/scienceconf-03-2021-51. <https://elibrary.ru/item.asp?id=45679689>
3. Волконский С.М. «Художественные отклики: статьи о театре, музыке, пантомиме» [http://teatrlib.ru/Library/Volkonsky/hud\\_otkl/#\\_tf0010034](http://teatrlib.ru/Library/Volkonsky/hud_otkl/#_tf0010034)
4. Мицкевич, Ю. В. Интернет-реклама как разновидность рекламной коммуникации / Ю. В. Мицкевич // Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности : Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В.Р. Вашкевича, Минск, 05–06 октября 2023 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2023. – С. 157-160.
5. [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_54930816\\_19377877.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54930816_19377877.pdf)
6. Официальный сайт Олимпийских игр <https://olympics.com/ru/news/hudozhestvennaya-gimnastika-istoriya-vozniknoveniya-i-ehvoluciya-predmetov>

**Судакова В.В.**

**Перспективы развития рекламы в сфере российского книгоиздания**

ГУУ

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-323

#### **Аннотация.**

В статье рассматриваются элементы рекламного инструментария применительно к российскому книжному рынку. В связи с изменениями, произошедшими на литературном поприще за последние пять лет, основной фокус внимания направлен на способы продвижения книжной продукции в онлайн-среде. Методом анализа иностранных и российских

информационных источников произведено ранжирование рекламных инструментов по эффективности и уровню востребованности с учётом таких актуальных факторов, как экономические и политические. Цель проведённой аналитики заключалась в исследовании текущего состояния сферы, тенденций, а также особенностей взаимодействия с потребителем. В результате были даны прогнозы дальнейшего развития рекламы в области книгоиздания.

**Ключевые слова:** реклама, цифровизация, российская литература, самиздат, цензура.

### Abstract

The article discusses elements of the advertising toolkit in relation to the Russian book market. Due to the changes that have taken place in the literary field over the past five years, the main focus is on promoting book products in the online environment. Through the analysis of foreign and Russian information sources, advertising tools have been ranked by effectiveness and demand, taking into account such current factors as economic and political ones. The aim of the analysis conducted was to study the current state of the industry, trends, as well as the specifics of consumer interaction. As a result, forecasts were made for the further development of advertising in the publishing industry.

**Keywords:** advertising, digitalization, Russian literature, samizdat, censorship.

Двадцать первый век примечателен не только глобальными переменами на социальной, экономической и политической аренах, но и кардинальными изменениями в российской литературе: в условиях повсеместной цифровизации литература, как и любая другая научная область, вынуждена приспосабливаться и обновляться, чтобы не впасть в стагнацию. Миграция информационного капитала в виртуальное пространство влечёт за собой смену писательских ориентиров, читательских предпочтений и критериев оценки произведений, а также появление радикально нового вектора развития всей литературной сферы, первоочередно связанного с переходом от традиционной букинистики к цифровому продукту. В связи с постоянным технологическим прогрессом и нарастающей конкуренцией писатели вынуждены прибегать всё к новым и новым способам рекламирования своих произведений, а также к адаптации текстов под цифровой формат.

Рекламный аспект в продвижении книг до 2010-х годов был представлен довольно слабо, так как в основном распространением своих произведений занимались именно авторы, прибегая к "кустарным" методам повышения осведомлённости о своём новом труде [1]. С течением времени, когда широкое распространение информации стало одним из ключевых факторов хороших продаж, в том числе на писательском поприще, реклама получила своё развитие и в этой сфере, но такие традиционные формы рекламы, как телевизионная и наружная, в продвижении книг практически не использовались, а любые рекламные кампании в основном ограничивались раздачей брошюр или буклетов [2].

Из-за опасений и страха перед цензурой многие писатели отказались от официального сотрудничества с издательствами и решили печататься самостоятельно, что усугубило и без того шаткое положение традиционной рекламы в сфере книгопечатания: всё больше информационного капитала начало перетекать в Интернет-среду.

На сегодняшний день издательства и независимые авторы отдают предпочтение виртуальным, дистанционным способам взаимодействия с потребителями: книжные магазины дублируют свой ассортимент на электронные сайты, на которых предусмотрена обратная связь, а писатели создают сообщества в социальных сетях, чтобы повысить осведомлённость о своём творчестве. Как следствие, в 2023 году продажи цифровых книг увеличились на 19% и достигли 12,5 млрд рублей [3].

Так происходит, потому что литература никогда не находится в состоянии стагнации, пусть изменения, происходящие в ней, оказываются не так очевидны, как перемены в других областях культуры. И тем не менее, тяготение общества к цифровым продуктам сказалось на величине спроса на бумажные и электронные книги. Другими причинами возросшей популярности электронных книг стали такие социально-экономические факторы, как пандемия коронавирусной инфекции, повсеместная компьютеризация, дефицит бумаги в Российской Федерации, дороговизна компонентов для книжной вёрстки, повышение стоимости книгопечатания и ценовая инфляция в книжных магазинах как следствие всего перечисленного. Так, согласно исследованиям аналитического центра НАФИ и книжного сервиса "ЛитРес", 68% россиян читают электронные книги, и каждый четвёртый (24%) хочет проводить больше

времени за их чтением [4]. В 2023 году в России было продано цифровых книг на сумму 12,56 млрд рублей, что на 19% больше, чем годом ранее [5].

Таким образом, нестабильная политическая конъюнктура и стремительные процессы цифровизации повлияли и на литературу в целом, и на читательские предпочтения в частности: из поредевшего перечня произведений, уцелевших в волнах стихийного цензурирования, читатели отдают предпочтение книгам, у которых есть цифровые копии и которые обладают весомым паблицитным капиталом.

Современные авторы обретут постоянную аудиторию лишь в том случае, если приспособятся к нынешним цифровым реалиям и разработают соответствующую времени стратегию рекламирования своих работ.

В настоящее время наиболее востребованным и эффективным способом продвижения информации о книгах является Интернет-реклама, включающая в себя множество каналов коммуникаций с потенциальной аудиторией. Ведение личного блога, посвящённого писательской деятельности и конкретному произведению, становится наиболее результативным вариантом рекламирования книги в социальных сетях, т.к. его читатели заинтересованы не только в сюжете новой книги, с которой им предлагают ознакомиться, но и в её авторе, в возможности задать ему различные вопросы и понаблюдать за ходом его работы. Но этот метод продвижения писательских трудов имеет как преимущества, так и недостатки. В числе положительных аспектов можно выделить доступность таргетирования и бюджетного увеличения охватов. Главным недостатком создания специализированного сообщества для рекламы книги является распространённость и доступность этого способа продвижения: в популярной российской социальной сети "ВКонтакте" существуют тысячи сообществ, объединённых схожей тематикой. Как следствие, для того чтобы выделиться на фоне уже существующих произведений, продукт, рекламируемый в сообществе – книга, – должен быть конкурентоспособным и обладать УТП.

Ещё одним доступным каналом продвижения книги в Интернете для независимых писателей выступают агрегаторы цифровой литературы. В последние годы неофициальная публикация книг как способ распространения определённых идей и сюжетов становится всё более востребованной и популярной преимущественно среди молодых авторов, которые в силу различных причин решают типографировать своё творчество самостоятельно. По мере того как развиваются сервисы, осуществляющие поддержку творчества независимых писателей, вроде "Ридеро" и "Литрес: самиздат", количество литературы, публикуемой непосредственно авторами, растёт. Ускоренное развитие сегмента самиздата объясняется рядом преимуществ и для потребителей, и для авторов. Для читателя это «низкая стоимость и огромный выбор произведений популярных жанров», а для писателя — возможность «моментально выйти к своей аудитории и получить обратную связь и монетизацию» [6].

Но одного распространения рекламы в социальных сетях или на специализированных площадках недостаточно для успешной рекламной кампании. Своеобразным гарантом доверия и определяющим фактором при принятии покупателем решения о покупке книги является экспертное мнение о качестве её содержания. Для достижения положительного эффекта авторы прибегают к сотрудничеству с блогерами, чей основной контент посвящён индустрии книгопечатания или литературе [7]. При выборе лидера мнений в качестве амбассадора важно учитывать, что реклама у блогеров-миллионников может не обеспечить желаемых охватов из-за отсутствия явно дифференцированной аудитории, даже если она кажется целевой: реклама современной фэнтези-книги в крупном сообществе любителей классической литературы не окупит себя из-за несоответствия предложения жанровым предпочтениям участников. Микроблогеры с узконаправленным контентом, точной целевой аудиторией и небольшой стоимостью рекламных интеграций дают больший эффект от рекламы.

Но даже при соблюдении всех условий продвижение в социальных сетях не гарантирует больших охватов. Для того чтобы добиться максимального внимания к рекламируемой книге, нужно расширить потенциальную аудиторию, и сделать это поможет многоформатность изданий [8]. Согласно отчёту за 2023 год, рынок цифровых книг увеличился на 31% и продолжает проявлять признаки роста в наступившем 2024 году. Одновременно с этим выросли и продажи аудиокниг, составив 994 млн руб. в денежном выражении. Такие тенденции, происходящие в книжной отрасли, свидетельствуют о том, что всё больше читателей отдадут

предпочтение цифровым версиям книг ввиду ценовой инфляции, затронувшей ассортимент традиционных книжных магазинов.

По причине того, что цены на бумажные книги растут, в рамках рекламной кампании следует ранжировать затраты на продвижение цифрового, аудио- и бумажного форматов по значимости для потенциальной аудитории.

Альтернативой дорогостоящей адаптации произведений под различные форматы выступает реклама посредством отзывов и рецензий. Отзывы и рецензии по-прежнему остаются одним из ключевых способов распространения информации о книгах и представляют собой цифровой аналог небезызвестного маркетинга "из уст в уста", или "сарафанного радио" [7]. Положительные отзывы на продукт являются неочевидной, косвенной формой его рекламирования, но обладают большой эффективностью, которая первоочередно выражается в бюджетности использования: мнения на специализированных сайтах, вроде "Отзовика", пишутся представителями уже имеющейся аудитории либо, в случае отсутствия таковой, создаются копирайтерами за сравнительно небольшую цену – в ср. 200р за отзыв или 500р за рецензию. Но, несмотря на многочисленные преимущества, у этого способа имеется весомый недостаток, который связан с когнитивными особенностями читательской аудитории: читатели склонны подвергать сомнению отзывы на новые книги и скрупулёзно перепроверять всю информацию.

Но недостаточно просто увеличить количество подписчиков в личном сообществе, в котором публикуется информация о книге, за счёт встроенной таргетированной рекламы или обилия положительных отзывов. Важно создать условия для регулярного ознакомления с контентом и привлечь к нему дополнительное внимание, чтобы обеспечить стабильный интерес целевой аудитории. Результативным и прогрессивным методом воздействия на собранную читательскую базу является продажа рекламно-сувенирной продукции, или же мерча. Мерчификация книгоиздания – относительно новый формат книжной рекламы, который стимулирует интерес к основному продукту [7], т.е. к книге, и обеспечивает дополнительный доход от продажи памятной продукции, связанной с личностью автора/сюжетом книги/персонажами написанной истории.

Исходя из многообразия виртуальных способов продвижения книг, можно сделать вывод о реориентации направлений рекламной отрасли в рамках книжного рынка и о том, что в скором времени вся реклама книжной продукции будет размещаться в глобальной сети Интернет.

\*\*\*

1. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Современные тенденции рекламной деятельности / С. 5-7 // CyberLeninka : [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-reklamnoy-deyatelnosti>
2. Ярова И.В. Формы рекламирования книги / С. 2-3 // CyberLeninka : [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-reklamirovaniya-knigi>
3. В России выросла популярность самиздата / [Электронный ресурс] // РБК : [сайт]. — URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/25/11/2022/637e34769a794704ca67d9e2?ysclid=lsuanatzr5524381649](https://www.rbc.ru/technology_and_media/25/11/2022/637e34769a794704ca67d9e2?ysclid=lsuanatzr5524381649)
4. Россияне хотят читать больше электронных книг / [Электронный ресурс] // Год литературы: [сайт]. — URL: <https://godliteratury.ru/articles/2023/06/29/rossiiane-hotyat-chitat-bolshe-elektronnyh-knig>
5. Электронные книги (рынок России) / [Электронный ресурс] // Tadviser : [сайт]. — URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные\\_книги\\_\(рынок\\_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные_книги_(рынок_России))
6. В России выросла популярность самиздата / [Электронный ресурс] // РБК : [сайт]. — URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/25/11/2022/637e34769a794704ca67d9e2?ysclid=lsuanatzr5524381649](https://www.rbc.ru/technology_and_media/25/11/2022/637e34769a794704ca67d9e2?ysclid=lsuanatzr5524381649)
7. Как продвигать книги в 2024: микроблогеры, мерч и другие тренды книжного маркетинга / [Электронный ресурс] // Sostav : [сайт]. — URL: <https://www.sostav.ru/blogs/262075/44254>
8. Не в пользу бумаги: 10 причин читать и слушать электронные книги / [Электронный ресурс] // Литрес : [сайт]. — URL: <https://www.litres.ru/journal/ne-v-polzu-bumagi-10-prichin-chitat-i-slushat-elektronnye-knigi/?ysclid=ltwsr2xkeg332067822>
9. Vasilyeva, O. A. Transformation of the Library Space: Youth Expectations and Marketing Approach / O. A. Vasilyeva // Components of Scientific and Technological Progress. – 2022. – No. 6(72). – P. 48-56. – EDN НКОНЛХ

## РАЗДЕЛ XII. ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

Дворянкин О.А.

### Взаимодействие России и Армении на международной арене в современный период XXI века

Московского Университета МВД России  
имени В.Я. Кикотя  
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-324

#### Аннотация

В статье исследуются взаимоотношения России и Армении на международной арене в современный период XXI века. Изучаются положения и нормы сотрудничества, формы и виды взаимопомощи в период руководства Арменией премьер-министром Николом Пашиняном. Анализируются факторы противостояния Армении и Азербайджана за Нагорный Карабах. Кроме этого сотрудничество Армении с Организацией договора коллективной безопасности и Европейским Союзом.

**Ключевые слова:** Россия, Армения, сотрудничество, взаимопомощь, Миротворческая операция, ОДКБ, ЕС, карабахская война, Геноцид, Азербайджан

Cooperation between Russia and Armenia in the international arena in the modern period of the XXI century

#### Abstract

The article examines the relationship between Russia and Armenia in the international arena in the modern period of the XXI century. The provisions and norms of cooperation, forms and types of mutual assistance during the leadership of Armenia by Prime Minister Nikol Pashinyan are being studied. The factors of the confrontation between Armenia and Azerbaijan over Nagorno-Karabakh are analyzed. In addition, Armenia's cooperation with the Collective Security Treaty Organizations and the European Union.

**Keywords:** Russia, Armenia, cooperation, mutual assistance, Peacekeeping operation, CSTO, EU, Karabakh war, Genocide, Azerbaijan

Отношения России и Армении на современном этапе характеризуются определенной политической турбулентностью: складывавшаяся веками прочная база партнерства по-прежнему способствует поддержанию двусторонних отношений, однако внешние импульсы последних лет подрывают партнерские основы, подвергая российско-армянские заметной трансформации. Премьер-министр Армении Никол Пашинян отмечает, что в отношениях двух стран было и есть положительное, однако сегодня «общую историю, которая долго была основой для отношений, заменит современная реальность» [1].

В данном контексте необходимо отметить, что современная реальность российско-армянских отношений, сложившаяся в период премьерства Никола Пашиняна (с 2018 года по настоящее время), определяется рядом факторов.

Прежде всего, это фактор обеспечения безопасности Армении, которое страна связывает с Россией в силу многовековых прочных отношений, на протяжении которых наша страна не раз приходила на помощь армянам в сложные исторические периоды (в частности, в период геноцида армян).

Также исторически сложившимся и актуальным по сей день остается фактор влияния на Армению третьих стран: однако если в XIX–XX веках это было влияние, связанное со стремлением аннексировать территории Армении таких стран, как Турция или Азербайджан, то

сегодня к Армении проявляют интерес страны, стремящиеся включить ее в зону своих интересов (это касается, например, стран Евросоюза).

Кроме того, определяющим фактором в российско-армянских отношениях на современном этапе остается Нагорно-Карабахский конфликт, несмотря на то, что Россия не является непосредственным участником конфликта. Разрешение (на данный момент) конфликта неблагоприятными для Армении последствиями, как представляется, является причиной определенного разочарования страны в партнерстве с Россией.

Для того, чтобы оценить степень влияния конфликта на развитие российско-армянских отношений, необходимо рассмотреть его предысторию.

Как считают сами армяне, Нагорный Карабах был частью Армении еще в II веке до н.э., однако в IV веке он вошел в состав Албании, что стало первым камнем преткновения: азербайджанская сторона считала Албанию предшественницей современного Азербайджана, в то время как Армения видела в ней духовную союзницу, поскольку Албания была на тот момент христианской страной, а ее церковь в X веке была полностью включена в армянскую [2].

Одним из переломных моментов, повлиявших на развитие конфликта стала передача территории Карабаха в 1921 г. Кавказским бюро ЦК РКП(б) (Центрального Комитета Российской коммунистической партии (большевиков)) Азербайджанской ССР (Советской Социалистической Республике), в составе которой была выделена Нагорно-Карабахская автономная область. С этого момента численность армянского населения на этой территории начала падать (по данным армянской стороны, с 1926 года по 1976 год она снизилась с 95% до 75%) [3].

Армения, находясь в составе СССР, активно возражала против передачи Карабаха Азербайджану и в 1989 году, с началом «парада суверенитетов», когда республики стали объявлять о независимости, она объявила Нагорный Карабах частью своей территории, что стало причиной дестабилизации ситуации в Азербайджане. В 1990 году напряженность в отношениях вылилась в начало полноценной войны. Сразу после обретения обеими странами независимости в 1991 году и создания непризнанной Нагорно-Карабахской Республики в противостояние вмешались третьи страны: 23 сентября 1991 года в Железноводске лидеры России, Казахстана, Азербайджана и Армении подписали коммюнике о посредничестве в достижении мира в Карабахе. В 1992 году в конфликт вмешалось Совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе (СБСЕ, позднее – Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе, или ОБСЕ), однако и переговоры в этом формате не принесли ощутимых результатов ввиду непримиримости сторон [4].

В период 1992–1994 годов армянская сторона преуспевала в ведении боевых действий, сумев захватить не только спорную территорию Карабаха, но и несколько азербайджанских территорий для создания своего рода буфера безопасности. Данный этап конфликта привел к подписанию соглашения протокола о перемирии и прекращении огня между Арменией и непризнанной Нагорно-Карабахской Республикой с одной стороны и Азербайджаном, с другой стороны.

Эскалации конфликта периодически возникали впоследствии, однако в 2020 году в регионе снова началась полноценная война, продлившаяся 6 недель и приведшая к возвращению Азербайджаном территорий до границ, установленных еще в 1991 году. Армянская армия обороны Карабаха потерпела болезненное поражение, потеряв город Шуша, расположенный близ столицы Нагорно-Карабахской Республики – Степенакерта [5]. Максимальное приближение к столице республики в 2020 году фактически означало, что в этой точке конфликт исчерпан не будет.

Так и случилось в сентябре 2023 года: Азербайджан провел стремительную антитеррористическую (фактически военную) операцию против Нагорно-Карабахской Республики, не поддержанной вооруженными силами Армении, в результате чего Президент непризнанной Нагорно-Карабахской Республики подписал 28 сентября 2023 года указ о ее ликвидации [6]. Нагорный Карабах окончательно стал частью Азербайджана.

Не завершая полностью тему Карабаха, важно отметить, что параллельно с продолжающимися эскалациями конфликта Армения решала вопрос сопряжения с Европой. В 2013 году Армения и Евросоюз были близки к подписанию Соглашения об ассоциации с Европейским союзом, однако президентствовавший в тот момент Серж Саргсян неожиданно для многих принял решение о вступлении в Таможенный союз стран постсоветского пространства, а впоследствии – интеграции в Евразийский экономический союз [7].

Представляется, что для Сержа Саргсяна резкий поворот в сторону интеграционных процессов на постсоветском пространстве мог быть связан, в том числе, с вопросом обеспечения национальной безопасности: в России Армения видела стратегического партнера по данному вопросу, в то время как страны Евросоюза проводили в регионе многовекторную политику.

Во-первых, ЕС придерживался двух базовых принципов применительно к карабахскому конфликту: принцип права нации на самоопределение, который декларировался в «Планах действий ЕС – Армения», и одновременно принципа территориальной целостности государств, декларировавшегося в «Плане действий ЕС – Азербайджан», – таким образом, страны Евросоюза не были готовы к признанию Карабаха чем-то отдельным от азербайджанской территории. Кроме того, страны ЕС не смогли поспособствовать нормализации отношений между Арменией и Турцией [8].

Вероятно, что распыление внимания Евросоюза и на Армению, и на Азербайджан, и на Турцию сказалось на оценке армянской стороной возможности ЕС обеспечить безопасность в регионе.

Россия же, несмотря на то, что и ее внешнеполитические интересы распределялись схожим образом, активно участвовала в урегулировании ситуации в регионе на всем протяжении карабахского конфликта, однако наиболее весомыми можно назвать ее действия, предпринятые после шестинедельной войны 2020 года: в ноябре этого года, в соответствии с указом Президента России № 695 «О мерах по поддержанию мира в Нагорном Карабахе» было принято решение о подготовке и проведении миротворческой операции [9].

Миротворческая операция России в Нагорном Карабахе осуществлялась в 3 этапа.

На первом этапе, продлившемся с 10 по 17 ноября 2020 года, было осуществлено развертывание воинских подразделений миротворческих сил вдоль линии соприкосновения противоборствующих сторон. Российские миротворцы осуществляли наблюдение за соблюдением режима прекращения огня, передачу тел погибших и сопровождение групп беженцев.

На втором этапе, продлившемся с 18 ноября по 3 декабря 2020 года, миротворцы обеспечивали выполнение пунктов Соглашения, заключенного по итогам шестинедельной войны и предусматривавшего передачу Азербайджану 3 районов.

На заключительном этапе, который начался с 4 декабря 2020 года и фактически продолжается по сей день: на протяжении этого периода российские миротворцы продолжали свою деятельность по контролю за выполнением условий соглашения о прекращении огня, за поддержанием безопасной обстановки в кризисных районах [10].

После стремительных событий сентября 2023 года, когда Азербайджан окончательно распространил свое влияние на Нагорный Карабах, деятельность российских миротворцев в регионе была подвергнута критике, прежде всего, со стороны Еревана: по мнению премьер-министра Армении, миротворцы из России не справились с миссией, обозначенной заявлением лидеров Армении, РФ и Азербайджана после шестинедельной войны, в том числе не смогли обеспечить контроль стратегически важного Лачинского коридора – транспортного коридора с особым режимом сообщения, соединявшего Армению и Нагорно-Карабахскую Республику, а впоследствии – Армению и армянонаселенную часть Азербайджана. При этом Никол Пашинян отметил, что без участия российских миротворцев ситуация едва ли была бы лучше [11].

Вероятно, Армения ожидала от России столь же решительных действий, которые она предпринимает на Донбассе, однако в текущих условиях невозможно представить себе активное ведение военных действий по двум направлениям. Кроме того, перед Россией, как и

другими косвенными участниками конфликта, стоит задача мирного урегулирования и сохранения контактов со всеми заинтересованными субъектами: как с активными участниками конфликта, так и с другими государствами, имеющими интересы в регионе.

Важно подчеркнуть, что в период премьерства Никола Пашиняна Армения сама избрала для себя политику невмешательства в дела Карабаха после 2020 года – слишком деморализующим оказалось для страны поражение. Уже в 2022 году на переговорах в Праге Никол Пашинян фактически признал суверенитет Азербайджана над Карабахом. Впоследствии Никол Пашинян отмечал, что Ереван принимает к сведению заявление Баку по Карабаху, однако неясными остаются пункты о выводе армянских вооруженных сил [12].

Таким образом, в риторике Армении еще до активного наступления Азербайджана в сентябре 2023 года прослеживалось принятие будущей капитуляции Карабаха. Тем не менее, Никол Пашинян настаивал, что сдача Карабаха произошла исключительно по причине отсутствия поддержки со стороны союзников и организаций, обеспечивающих безопасность в регионе [13].

Однако, с учетом предшествующей риторики Никола Пашиняна о признании Карабаха азербайджанским, такие высказывания выглядят как минимум странными. На сегодняшний день ожидать от России решительных действий в регионе ждать не стоит, поскольку Азербайджан отныне проводит мероприятия уже де-юре и де-факто на своей территории, а потому и миротворческий контингент в ближайшей перспективе должен будет покинуть территории бывшей Нагорно-Карабахской Республики.

Вышесказанное, однако, не означает, что разочарование Армении развитием событий в Карабахе было беспочвенным: страна как участница Организации Договора о коллективной безопасности (ОДКБ) вправе была рассчитывать на помощь союзников – в соответствии с уставом ОДКБ партнеры по организации обязаны были осуществлять совместные действия в случае угрозы одному из участников. Однако ОДКБ не предприняла ожидаемых Арменией военных шагов для разрешения конфликта.

Европейский союз, с которым в 2017 году Армения заключила Договор о всеобъемлющем и расширенном партнерстве, также ожидаемо не получила военной поддержки, поскольку данное соглашение не предусматривало такой опции. Однако если со стороны ЕС невмешательство для Армении было ожидаемым, то фактическое отстранение от ситуации ОДКБ стало для страны ощутимым ударом.

Разочарование Армении вылилось в приостановлении членства в ОДКБ в феврале 2024 года. Данный шаг страны можно рассматривать не только в контексте победы Азербайджана в 2023 году – для Армении участие в интеграционных процессах на постсоветском пространстве является сдерживающим фактором в вопросах сближения с Евросоюзом, а также возможного вступления в НАТО (у страны есть План индивидуального партнерства с альянсом) [14]. В то же время, важно понимать, что вопросы интеграции в ЕС или вступления в НАТО являются процессами длительными и не всегда дающими желаемый результат (об этом можно судить по примеру некоторых европейских стран, а также Турции).

При этом потенциальная угроза продолжения развития конфликта и перетекания его уже в полноценную армяно-азербайджанскую войну все же возможна, поскольку напряженность в регионе не снята окончательно. И в данном контексте, даже в случае выхода Армении из ОДКБ, у страны остается действующий формат двусторонних отношений с Россией в сфере обеспечения безопасности. Важно понимать, что одно дело – это аннексия Азербайджаном непризнанной Нагорно-Карабахской Республики, другое – прямые столкновения Армении и Азербайджана в случае посягательства последнего на суверенные армянские территории.

Таким образом, несмотря на разочарование Армении в сотрудничестве с ОДКБ, двусторонние российско-армянские отношения в сфере обеспечения безопасности имеют потенциал не только к сохранению, но и к развитию ввиду не до конца устраненной напряженности в регионе: страна по-прежнему находится в окружении недружественных стран и сдачей Карабаха продемонстрировала государствам, преследующим интересы в регионе, свою слабость, при одновременной неспособности западных партнеров обеспечить

безопасность Армении. Россия, несмотря на проблемы, возникшие на последних стадиях войны Азербайджана с непризнанной Карабахской Республикой, остается основным гарантом безопасности и миротворчества для суверенных государств региона.

\*\*\*

1. Пашина: российско-армянские отношения переживают сложные времена, но отношения очень важны [Электронный ресурс]. –URL:<https://topwar.ru/240170-pashinjan-rossijsko-armjanskije-otnoshenija-perezvivajut-slozhnye-vremena-po-oni-ochen-vazhny.html> (дата обращения: 14.04.2024).
2. Курнышев Д.А., Митин Т.А., Павлов Р.С. Возникновение и эскалация Нагорно-Карабахского конфликта // Молодой исследователь 2023: сборник статей III Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023. С. 85.
3. Сажин Н.В. Карабахский конфликт в контексте российско-армянских дипломатических отношений // Астраполис: астраханские политические исследования 2019-2020. Ежегодник кафедры политологии Астраханского государственного университета. Астрахань: Астраханский государственный университет, 2020. С. 94.
4. Чернявский С.И. Нагорно-Карабахский конфликт в контексте меняющейся региональной геополитики // Проблемы постсоветского пространства. - 2021. – № 8 (3). – С. 345.
5. Караваев И.Н., Степанов А.П., Абрамова И.А. Политико-дипломатические аспекты деэскалации Нагорно-Карабахского конфликта // Трансформация войны в условиях глобализации мира: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Омск, 2021. С. 107.
6. Соловьев В. Азербайджан разжег мир. Карабахский конфликт подтвердил, что мира без войны не бывает [Электронный ресурс]. URL:<https://www.kommersant.ru/doc/6239442> (дата обращения: 14.04.2024).
7. Поваго А. Разногласия между Россией и Арменией. История вопроса // Газета «Коммерсантъ» от 01.08.2018 года.
8. Болгова И.В. Отношения между Европейским союзом и Арменией: модель «тихого» сопряжения? // Международная аналитика. 2018. № 2 (24). С. 38–39.
9. Указ Президента РФ от 10.11.2020 г. № 695 «О мерах по поддержанию мира в Нагорном Карабахе» // Собрание законодательства РФ. 2020. № 46. Ст. 7265.
10. Тонкошуров В.П., Шигин А.В. Нагорный Карабах: российская миротворческая операция // Военная мысль. 2022. № 4. С. 46.
11. Николаев П. Пашина обвинил миротворцев России в провале миссии в Карабахе. Что ответил Кремль? [Электронный ресурс]. URL:<https://www.gazeta.ru/politics/2023/09/14/17580944.shtml?updated> (дата обращения: 14.04.2024).
12. «Карабах – все»: как 35-летний конфликт вокруг республики решился за день [Электронный ресурс]. URL:<https://www.business-gazeta.ru/article/607646#comments607646> (дата обращения: 14.04.2024).
13. Николаев П. Пашина обвинил миротворцев России в провале миссии в Карабахе. Что ответил Кремль? [Электронный ресурс]. URL:<https://www.gazeta.ru/politics/2023/09/14/17580944.shtml?updated> (дата обращения: 14.04.2024).
14. «Приведет к катастрофе». Чем грозит выход Армении из ОДКБ [Электронный ресурс]. URL:<https://www.gazeta.ru/army/2024/03/06/18381871.shtml?updated> (дата обращения: 14.04.2024).

**Кочесоков Р.Х., Культурбаева Л.М.**  
**Номенклатура как маргинальный класс**

*Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова  
(Россия, Нальчик)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-325

**Аннотация.**

В статье оспаривается правомерность рассматривать сложившуюся в СССР правящую элиту как «новый класс» или «класс номенклатуры». Вместе с тем признается, что ее неправомерно рассматривать также как обычный «аппарат» управления («бюрократию» или «чиновничество»). Делается вывод о том, что ее можно рассматривать как маргинальный класс.

**Ключевые слова:** новый класс, номенклатура, бюрократия, аппарат, чиновничество, элита, страта.

**Abstract**

The article challenges the substantiation of considering the ruling elite that has developed in the USSR as a "new class" or "class of nomenclature". At the same time, it is recognized that it is also wrong to consider it as an ordinary "apparatus" of management ("bureaucracy" or "officialdom"). It is concluded that it can be considered as a marginal class.

**Keywords:** new class, nomenclature, bureaucracy, apparatus, officialdom, elite, stratum.

Пытаясь понять природу сложившейся в СССР и других социалистических странах правящей элиты, М. Джилас определил ее как «новый класс» [2], а М. Восленский - как «класс номенклатуры» [1]. Эти понятия получили широкое распространение в научной литературе, но не признание. Прежде всего потому, что эти правящие элиты явно не соответствуют известным критериям классов. Вместе с тем, нельзя не признать, что они явно не подпадают и под другие известные понятия – «аппарат», «чиновничество», «бюрократия». В данной статье предпринимается попытка разобраться в этом вопросе.

Проблема усугубляется тем, что в науке нет общепризнанного определения классов. Поэтому за исходное возьмем определение, данное В.И. Лениным: «Классами называются большие группы людей, различающиеся по их месту в исторически определенной системе общественного производства, по их отношению (большей частью закрепленному и оформленному в законах) к средствам производства, по их роли в общественной организации труда, а следовательно, по способам получения и размерам той доли общественного богатства, которой они располагают» [3, с.15].

Ключевой критерий в этом определении – отношение к собственности (средствам производства). До сих пор господствовавшие классы отличались наличием юридически и (или) традициями закрепленной частной собственности. К примеру, после смерти феодала его крепостные становятся крепостными его детей, после смерти капиталиста его завод становится собственностью его наследников. Трудно себе представить, чтобы, скажем, после смерти секретаря обкома или директора завода в СССР их дети «автоматически» становились бы, соответственно, секретарем обкома и директором завода. В этом смысле трудно оспорить тот очевидный факт, что номенклатура не является господствующим классом в традиционном смысле слова.

Удивительно, но ни Джилас, ни Восленский не уделяют особого внимания этому обстоятельству. Признавая отсутствие права наследования власти и собственности у номенклатуры, они вместе с тем постоянно подчеркивают наличие права на распоряжение властью и коллективной (государственной) собственностью. Понимая, что такая аргументация явно недостаточна, Восленский попытался показать, что при социализме постепенно складывается и право наследования. Однако эта часть его работы оказалась наименее убедительной.

Вряд ли правомерно обходить то обстоятельство, что владеть собственностью и распоряжаться ею – это принципиально разные вещи. Это различие имеет огромное значение как для номенклатуры, так и для народа. Так, отсутствие частной собственности хотя бы формально уравнивает номенклатуру и народ. Кроме того, народ различает между распоряжением своей собственностью по своему усмотрению и распоряжением государственной собственностью по своему усмотрению. В первом случае никому в голову не придет пожаловаться на частного владельца, а во втором случае члена номенклатуры можно обвинить в злоупотреблении властью и даже пожаловаться на него вышестоящим органам. Да и номенклатура прекрасно понимает, что ее могут обвинить в «растрате», неэффективном использовании государственных средств, в халатном отношении к своим обязанностям и т.п. Джилас и Восленский сами отмечают, что внутри номенклатуры постоянно идет «грызня», следовательно, всегда есть вероятность, что кто-то из «своих» воспользуется «жалобами народа». Да и не может член номенклатуры распоряжаться государственной собственностью по своему усмотрению без бесчисленных согласований с различными инстанциями, между тем как частный собственник ни с кем не должен согласовывать свои действия. Кроме того, член

номенклатуры прекрасно осознает, что он распоряжается собственностью только до тех пор, пока он входит в номенклатуру.

Нельзя также не обратить внимание на то обстоятельство, что в своих рассуждениях Джилас и Восленский допускают еще одну серьезную теоретико-методологическую ошибку. Они постоянно говорят о номенклатуре, будто речь идет об одном лице. При таком допущении их умозаключения верны. Действительно, номенклатура в таком понимании распоряжается собственностью по своему усмотрению. Более того, она даже «наследует» собственность, так как никакой другой социальной группе не уступает ее. Но номенклатура не одно лицо, а множество людей со своими целями и интересами. Поэтому эти люди ведут себя иначе – так, как говорилось чуть выше.

Эти обстоятельства нельзя игнорировать – но вовсе не для того, чтобы «оправдать» номенклатуру, а для того, чтобы понять, как ей удастся получить поддержку у немалой части населения.

Вместе с тем, трудно не согласиться с Джиласом и Восленским в том, что номенклатуру нельзя рассматривать и как «обычный» аппарат управления, чиновничество или бюрократию. Чисто внешне они похожи – они призваны осуществлять управленческие функции. Однако, если известно, чьи поручения выполняет аппарат (чиновничество, бюрократия), то непонятно, кто дает поручения номенклатуре [1, с.131-132; 2, с.204].

Представляется, что в научном плане корректнее определять номенклатуру как маргинальный класс. Напомним, что маргинальность в социологии это «характеристика промежуточного или пограничного положения индивидов и общественных слоев в тех или иных социальных структурах. Маргинальность, как правило, предполагает столкновение, противостояние значимых для индивида ценностных ориентаций, норм, поведенческих образцов. (...) Маргинальный статус нередко выступает в качестве предпосылки формирования особой – маргинальной (амбивалентной, фрагментированной) идентичности, становящейся для индивида источником болезненных переживаний (тревоги, неуверенности в себе, одиночества)» [4]. Исходя из этого определения, маргинальным классом можно назвать класс, который, с одной стороны, нельзя отнести к «настоящим» классам, но, с другой стороны, по своему положению в социально-политической системе стоит несколько выше «обычного» аппарата (чиновничества, бюрократии). Таким образом, можно сказать, что номенклатура, чисто формально является слоем управленцев, но фактически является господствующим классом.

Заметим, что М. Восленский также определяет номенклатуру как маргинальный класс, но в другом значении. Напомним, что в социологии маргиналами иногда называют индивидов и групп, оказавшихся «за гранью “приличного общества” (“изгой”, “аутсайдеры”, “деклассированные элементы”, “люмпены” и т. п.)» [4]. Восленский однозначно подчеркивает: «В номенклатуре объединены не представители других классов, а выскочки из них. Номенклатура — класс деклассированных. (...) Это деклассированные, которых жажда господства и умение ее удовлетворить объединяют в слой, ставший правящим классом общества» [1, с.142-143].

С такой упрощенной и односторонней оценкой природы номенклатуры никак нельзя согласиться. Нельзя отрицать тот очевидный факт, что она смогла повести за собой народные массы, захватить власть и достаточно долгое время править без особых для себя проблем. Причем таким образом, что поверила в незыблемость своей власти [1, с.491].

Но Восленский, безусловно, прав в том отношении, что номенклатура постепенно начинает деградировать, точнее - перерождаться. Но это связано не с тем, что номенклатуру составляют «деклассированные элементы», а с ее двойственной, противоречивой природой. Иными словами, постепенно социальное положение номенклатуры приходит в противоречие с ее классовым сознанием.

Общеизвестно, что каждый класс имеет соответствующее политическое сознание. Но в случае с номенклатурой ситуация несколько сложнее. По своему социальному положению она частично относится к господствующему классу и частично – к аппарату. Следовательно, и

политическое сознание номенклатуры «раздваивается»: частично оно соответствует политическому сознанию господствующего класса и частично – политическому сознанию аппарата. Поэтому в номенклатуре неизбежно формируются две группы. К первой относятся те, кто воспринимает себя как аппарат. У них нет конфликта между социальным положением и политическим сознанием, т.е. они рассматривают себя как чиновников, призванных проводить в жизнь волю народа (общества). Во вторую группу входят те, кто относит себя к господствующему классу, но таковым себя не может признать открыто, да и общество не поняло бы такой шаг. Невозможность однозначно провозгласить себя господствующим классом порождает у этой части номенклатуры особую психологию – комплекс неполноценного класса. Желание открыто отнести себя к господствующему классу сталкивается с необходимостью ритуального декларирования о том, что она – «слуга народа». Именно ее вполне объективно и точно описали Джилас с Восленским. Однако они ошибочно свели всю номенклатуру к одной ее группе.

Следует подчеркнуть то обстоятельство, что соотношение сил между этими группами не является постоянным. По вполне объяснимым причинам с усилением роли номенклатуры численность второй группы неизбежно возрастает. Однако для того, чтобы открыто признать себя господствующим классом, необходимы, как минимум, два важных условия. Первое условие заключается в том, чтобы официальное, юридическое присвоение собственности не встретило бы серьезного сопротивления со стороны народа. Следовательно, необходимо, чтобы политическое сознание изменилось бы и у народа, по крайней мере, в части отношения к допустимости частной собственности. Второе условие – необходимо, чтобы влияние первой части номенклатуры заметно ослабло, чтобы она не оказывала сопротивление первой группе.

В СССР эти условия созрели только в конце 1980-х гг., когда М.С. Горбачев и его соратники «окончательно» дискредитировали социалистическую идею и практику, тем самым сделав возможным изменение отношения большей части народа к частной собственности. С юридическим закреплением фактического статус-кво номенклатура превращается в «обычный» господствующий класс – класс капиталистов. Как справедливо пишет Р. Пихоя, в период перестройки сложились благоприятные условия для перехода из номенклатуры в класс собственников [5, с.11].

Возникает вопрос, а является ли перерождение номенклатуры в класс капиталистов закономерным, логическим следствием создания номенклатуры?

Рассматривая процесс возникновения номенклатуры, М. Восленский одновременно дает два исключаящих друг друга объяснения. Так, в одно место он утверждает, что большевики вовсе и не помышляли о создании социалистического общества, планируя установить «диктатуру партии». Но в другом месте он говорит, что большевики «искренне хотели создания предсказанного Марксом коммунистического общества» [1, с.102]. Так или иначе, по его мнению, после захвата власти большевиками происходит непредусмотренный ими бурный рост партийного и государственного аппарата власти. В результате «ленинская гвардия... вдруг оказалась хрупким плотом на гребне вздымавшейся волны... рвавшихся к власти и выгодным постам нахрапистых карьеристов и мещан, наскоро перекрасившихся в коммунистов. Их напористая масса жаждала, вопреки представлениям Ленина, стать слоем “управляющих”... Ни Маркс с Энгельсом, ни сам Ленин не предусмотрели такого хода событий» [1, с.78-79]. Именно эту массу и возглавил Сталин, создав номенклатуру [1, с.82]. Но и Сталин не стоял над номенклатурой: «Сталинские назначенцы были людьми Сталина. Но и он был их человеком» [1, с.89-90]. Вместе с тем, говорит Восленский, Сталин не желал «обеспечить неотчуждаемость номенклатуры» [1, с.136], это стало реальностью только после его смерти.

В этом отношении М. Джилас более последователен. Он подчеркивает, что «новый класс произрастал из объективных условий» [2, с.201]. При этом он обращает внимание на то важное обстоятельство, что «длительное время интересы, идеи, помыслы, надежды, вера нового класса и части рабочих и сельской бедноты совпадают, переплетаются» [2, с.202]. Рабочий класс идет за «новым классом», говорит он, потому что он исповедует «антикапитализм», т.е. выступает против эксплуатации, «жизненно заинтересован в обеспечении нормального

функционирования производства», и рабочий класс видит «в промышленном подъеме выход из нищеты и отчаяния» и т.п. [2, с.201-202] Кроме того, Джилас признает, что «каждая коммунистическая страна переживает технический взлет», «национальный вопрос в том виде, естественно, каким он был до их прихода к власти... коммунисты сняли с повестки дня», «отсталые народы в коммунистических системах наряду с техническим возрождением переживают возрождение культурное», «школьная сеть, всеобщая грамотность, любительский и профессиональный театр, музыкальные коллективы — все это развивается быстро...» [2, с.256, 287-291].

В отличие от Восленского, М. Джилас признает, что коммунистическое движение изначально возглавляли отнюдь не «деклассированные элементы», а преданные, знающие, окрыленные борцы [2, с.305-306]. Однако плоды их деятельности противоречат их желаниям и идеалам: «И все-таки нельзя сказать, что коммунисты просто обманули народ: что-то намеренно, сознательно “наобещали”, а потом — не выполнили. Дело тут вот в чем: они не могли выполнить того, во что сами фанатично верили» [2, с.192].

Из сказанного можно сделать следующие выводы. В силу своей маргинальной природы номенклатура имеет определенные тенденции к трансформации в «настоящий» господствующий класс, однако неизбежной закономерности в перерождение номенклатуры в класс капиталистов (или власти номенклатуры во власть капиталистов) нет. Многое зависит от соотношения сил внутри самой номенклатуры, соотношения сил между обществом и номенклатурой, от политической элиты в целом и т.д. Именно эти вопросы, как представляется, являются более важными, однако они не получили должного освещения в концепциях номенклатуры.

\*\*\*

1. Восленский М. С. Номенклатура. Господствующий класс Советского Союза.— М.: "Советская Россия" совм. с МП "Октябрь", 1991.- 624 с
2. Джилас М. Лицо тоталитаризма. – Пер. с сербо-хорватского. – М.: Изд-во «Новости», 1992. - 544 с.
3. Ленин В.И. Великий почин // Полн. собр. соч. Т.45. С.1-29.
4. Маргинальность // Большая российская энциклопедия URL: <https://bigenc.ru/c/marginal-nost-c05037> (дата обращения: 10.04.2024).
5. Пихоя Р.Г. Как власть обменяли на собственность // Социологические науки. 2011. №8. С.5-11.

**Реклер Е.Н., Чуб М.В.**

### **Показатели и классификация проблем разработки государственных программ**

*Волгоградский институт управления  
(Россия, Волгоград)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-326

#### **Аннотация**

Статья представляет собой подробный анализ и классификацию проблем, которые возникают при разработке государственных программ. В процессе анализа будут описаны основные показатели, которые используются для оценки эффективности государственных программ.

**Ключевые слова:** государственные программы, разработка, проблемы реализации, показатели

#### **Abstract**

The article presents a detailed analysis and classification of the problems that arise in the development of government programs. The analysis will describe the main indicators that are used to assess the effectiveness of government programs.

**Keywords:** government programs, development, implementation problems, indicators

Классификация народно-хозяйственных проблем, требующих разработки целевых программ, играет важную роль в определении приоритетов и направления деятельности государства. Различные факторы, такие как социально-экономические условия, технологический прогресс, изменения в международной среде и демографическая ситуация, способствуют возникновению новых вызовов и задач для экономики. Поэтому классификация проблем является необходимым инструментом для адаптации государственной политики к текущим условиям и обеспечения успешного развития страны.

Основные показатели для анализа и оценки проблем в разработке целевой программы являются важным инструментом для определения народно-хозяйственных задач и эффективности решений, принятых в рамках программы. Классификация этих показателей позволяет более точно определить приоритетные направления деятельности и способы решения проблем.

Первый подход основан на сфере проблемы. Здесь выделяются следующие категории: экономические проблемы, социальные проблемы, экологические проблемы и проблемы технологического развития.

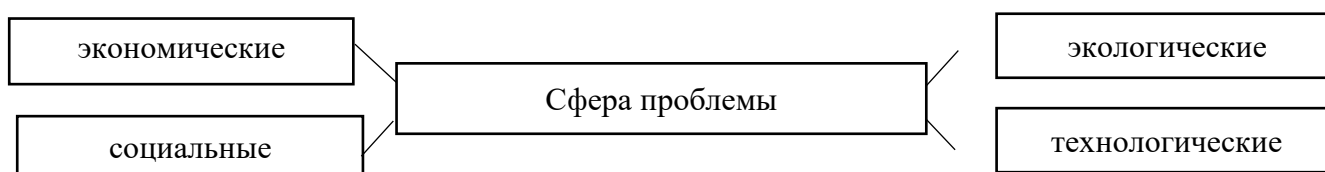


Рисунок 1. Классификация проблем по сфере проблемы

1. Проблемы экономического развития:
  - Низкий уровень инвестиций, который ограничивает возможности развития различных секторов экономики. Недостаток инвестиций может привести к отставанию от конкурентов, низкой производительности и неравномерному распределению благосостояния.
  - Отсутствие конкурентоспособности на мировом рынке, что затрудняет экспорт товаров и услуг, а также привлечение иностранных инвестиций. Без конкурентоспособности страна может оказаться в неудовлетворительном экономическом положении.
  - Неравномерное распределение благосостояния, когда часть населения имеет низкий уровень доходов и ограниченные возможности для улучшения своего положения. Неравенство в распределении благосостояния может привести к социальным и экономическим противоречиям.
2. Проблемы социального развития:
  - Высокий уровень безработицы, который создает проблемы для индивидуальных людей и общества в целом. Безработица может привести к социальной напряженности, неравному доступу к ресурсам и ухудшению качества жизни.
  - Недостаточное качество образования и здравоохранения, что ограничивает возможности развития и самореализации людей. Низкое качество образования и здравоохранения может привести к низкому уровню профессиональной подготовки, ограниченным возможностям для развития и недостаточному доступу к необходимым медицинским услугам.
  - Неравенство в доступе к социальным услугам, когда определенные группы населения испытывают трудности в получении доступа к необходимым социальным услугам, таким как жилье, питание, транспорт и другие.
3. Проблемы экологической устойчивости:

- Загрязнение окружающей среды, которое негативно влияет на здоровье людей, животных и растений. Загрязнение воздуха, воды и почвы может привести к различным заболеваниям, снижению биоразнообразия и ухудшению качества жизни.
  - Истощение природных ресурсов, когда использование ресурсов превышает их возобновление. Истощение природных ресурсов может привести к их исчезновению и негативным последствиям для экосистем и человечества в целом.
  - Негативное воздействие на климат, такое как изменение климата и глобальное потепление. Негативное воздействие на климат может иметь серьезные последствия для жизни на планете, включая частые стихийные бедствия, повышение уровня морей и другие изменения в природной среде.
4. Проблемы технологического развития:
- Отставание в научно-технической сфере, когда страна не внедряет и не развивает передовые технологии. Отставание в научно-технической сфере может привести к потере конкурентоспособности, ограниченным возможностям для инноваций и развития.
  - Недостаточное использование современных технологий, когда предприятия и организации не используют доступные технологии для улучшения производительности и качества продукции. Недостаточное использование современных технологий может привести к потере конкурентоспособности и снижению эффективности экономики.
  - Ограниченные возможности для инноваций, когда отсутствуют необходимые условия и ресурсы для развития новых идей и технологий. Ограниченные возможности для инноваций могут препятствовать развитию экономики и приводить к отставанию от других стран.

Второй подход основан на масштабе проблемы. В этом случае выделяются следующие категории: глобальные проблемы, региональные проблемы и локальные проблемы.

1. Глобальные проблемы относятся к тематике, которая затрагивает весь мир или значительную часть его населения. Такие проблемы обычно связаны с глобальным изменением климата, экологическими кризисами, пандемиями и другими аналогичными явлениями. Разработка целевой программы для решения таких проблем требует международного сотрудничества и координации усилий различных стран.
2. Региональные проблемы относятся к конкретному региону или территории. Это могут быть такие проблемы, как недостаток водных ресурсов, деградация почвы, социально-экономические противоречия и другие подобные явления, специфичные для данного региона. Разработка целевой программы для решения таких проблем требует учета особых условий и потребностей этого региона, а также взаимодействия с органами власти и населением данного района.
3. Локальные проблемы относятся к конкретным населенным пунктам или местам. Это могут быть проблемы, связанные с инфраструктурой, образованием, здравоохранением или другими сферами жизни определенного населенного пункта. Разработка целевой программы для решения таких проблем требует учета специфических особенностей данной местности и потребностей ее жителей.

Третий подход основан на временных рамках. Здесь выделяются следующие категории: текущие проблемы, перспективные проблемы и долгосрочные проблемы.

1. Текущие проблемы – это те, с которыми сталкиваются в настоящее время. Они могут быть связаны с отсутствием необходимых ресурсов, недостаточным

финансированием или сложностями в организации работы команды. Такие проблемы требуют оперативного решения для успешной реализации целевой программы.

2. Перспективные проблемы – это те, которые могут возникнуть в будущем при выполнении целевой программы. Они обусловлены изменениями во внешней среде или технологическими изменениями. Разработчикам целевой программы следует учитывать эти потенциальные проблемы и предусмотреть соответствующие стратегии и планы действий.
3. Долгосрочные проблемы относятся к вызовам и сложностям, которые могут возникнуть на более продолжительном временном интервале. Это может быть связано с изменением политической или экономической ситуации, демографическими изменениями или технологическими инновациями. Необходимо учитывать эти факторы и разрабатывать гибкие стратегии для адаптации к переменам.

Текущие проблемы отличаются от текущих в том, что они требуют оперативного решения. Текущие проблемы могут быть вызваны непредвиденными обстоятельствами, такими как конфликты в команде, изменение приоритетов или недоступность ключевых ресурсов. Разработчикам целевых программ следует активно работать над устранением текущих проблем для успешной реализации целевой программы.

Применение классификации народно-хозяйственных проблем требует систематического и всестороннего анализа. Для этого используются различные методы и инструменты, такие как статистические данные, социологические опросы, экспертные оценки и другие источники информации. Это позволяет получить объективную картину существующих проблем и определить приоритетные задачи.

Таким образом, применение классификации народно-хозяйственных проблем является важным инструментом при разработке целевой программы. Она позволяет систематизировать информацию о проблемах, выделить ключевые области для действий и определить приоритетные направления развития. Классификация требует систематического анализа и регулярного обновления, чтобы быть актуальной и эффективной в решении текущих вызовов.

\*\*\*

1. Елизаров В.В. Целевые показатели демографического развития России на 2024 год: поможет ли опыт недавнего прошлого в их достижении? // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. №3.
2. Т. С. Хомякова, В. Г. Гурлев Целевые программы как способ преодоления дифференциации социально-экономического развития регионов Российской Федерации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №4-3.
3. Клименко О.П. Теоретические основы разработки и реализации целевых программ в предприятиях в условиях рынка // Инновационная наука. 2015. №5-1
4. Амельченко Александр Васильевич ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ // Вестник НГУЭУ. 2022. №2

**Чжан С.**

### **Анализ влияния России на внешнюю политику Монголии**

*Их Засаг Международный Университет  
(Монголия, Улаанбаатар)*

doi: 10.18411/trnio-05-2024-327

#### **Аннотация**

В данной статье представлен комплексный анализ влияния России на внешнюю политику Монголии, сфокусированный на трех ключевых областях: экономике, политике и безопасности. На экономическом уровне в статье отмечается, что Россия как основной торговый партнер и инвестор Монголии играет важную роль в энергетических и

инфраструктурных проектах, и что это экономическое взаимодействие углубляет зависимость между двумя странами, в то же время ограничивая дипломатическую свободу Монголии. На политическом уровне Россия в значительной степени формирует направление внешней политики Монголии посредством двустороннего диалога и сотрудничества на высоком уровне. В сфере безопасности военная поддержка и сотрудничество России с Монголией в области охраны границ не только повысили доверие между двумя сторонами, но и сделали Монголию более зависимой от России в вопросах международной безопасности. Исследование показывает, как Монголия нашла баланс между поддержанием отношений с Россией и более широким международным сотрудничеством, что важно для понимания стратегий малых государств в современной международной политике.

**Ключевые слова:** внешняя политика Монголии, влияние России, экономическая зависимость, политический диалог, сотрудничество в сфере безопасности, международные отношения

### Abstract

This article presents a comprehensive analysis of Russia's influence on Mongolia's foreign policy, focusing on three key areas: economics, politics and security. At the economic level, the article notes that Russia, as Mongolia's main trading partner and investor, plays an important role in energy and infrastructure projects, and that this economic interaction deepens the dependence between the two countries while limiting Mongolia's diplomatic freedom. At the political level, Russia largely shapes the direction of Mongolia's foreign policy through bilateral dialog and high-level cooperation. In the security sphere, Russia's military support and border security cooperation with Mongolia has not only increased trust between the two sides, but also made Mongolia more dependent on Russia for international security issues. The study shows how Mongolia has found a balance between maintaining relations with Russia and broader international cooperation, which is important for understanding the strategies of small states in contemporary international politics.

**Keywords:** Mongolia's foreign policy, Russian influence, economic dependence, political dialog, security cooperation, international relations

### Введение

Отношения между Монголией и Россией имеют глубокую историческую основу: обмена начались во времена Монгольской империи и продолжались до начала XX века, когда Монголия получила независимость от династии Цин при поддержке России.[1] В советский период Монголия стала государством-сателлитом СССР, и в это время отношения между двумя странами были тесными, а политика Монголии во многом определялась Советским Союзом. После распада Советского Союза Монголия постепенно либерализовала свою политику и экономику, однако Россия продолжает оказывать значительное влияние на внешнюю политику Монголии. Это влияние проявляется по-разному, в том числе в экономической, политической сферах и в области безопасности. С геополитической точки зрения Монголия находится между двумя крупными державами - Россией и Китаем, поэтому внешняя политика Монголии должна не только учитывать ее внутренние потребности в развитии, но и уравнивать влияние этих двух держав. Этот уникальный географический и исторический контекст делает отношения между Монголией и Россией важной темой в международных отношениях и региональных исследованиях. Анализируя влияние России на внешнюю политику Монголии, данное исследование призвано показать, как малые государства сохраняют свой суверенитет и национальные интересы под влиянием политики великих держав. Это важно для понимания стратегий малых государств, динамики региональной безопасности и дипломатических взаимодействий между великими державами в современной международной политике. Кроме того, по мере изменения глобального политического ландшафта то, как Монголия корректирует свои отношения с Россией и другими странами, может иметь далеко идущие последствия для региональной и даже глобальной политики. Цель данного исследования - дать всесторонний анализ того, как Россия влияет на внешнюю политику Монголии с помощью экономических,

политических средств и средств обеспечения безопасности, а также изучить последствия этого влияния для международных отношений Монголии и ее дипломатической автономии.

### **Экономическое влияние**

Россия является одним из основных торговых партнеров Монголии.[2] По данным Национального статистического управления Монголии, российский экспорт в Монголию в 2019 году состоял в основном из нефтепродуктов, машин и оборудования и продуктов питания, а в экспорте Монголии в Россию преобладали минералы, меха и текстиль. Такие торговые отношения свидетельствуют о высокой зависимости Монголии от российских товаров, особенно в сфере энергетики и промышленного сырья. В то же время российские инвестиции, которые в основном сосредоточены в горнодобывающем и энергетическом секторах Монголии, оказали значительное влияние на ее экономическое развитие. Например, проект российского энергетического гиганта "Газпром" по строительству газопровода "Союз Восток" в Монголии не только обеспечил Монголию необходимым энергоснабжением, но и углубил уровень российско-монгольского экономического сотрудничества. Экономическая зависимость Монголии от российской торговли и инвестиций особенно ярко проявляется во внешней политике страны по отношению к России. Свобода действий Монголии в международной политике ограничена, особенно когда речь идет об отношениях с Западом, и ей часто приходится балансировать с российскими интересами, чтобы поддерживать стабильность двусторонних экономических отношений.

Россия играет центральную роль в энергетическом секторе Монголии, особенно в поставках нефти и газа. Эти энергетические проекты являются не только основой для функционирования экономики Монголии, но и гарантией ее энергетической безопасности. Участие России обеспечивает постоянное удовлетворение энергетических потребностей Монголии, а также усиливает политическую и экономическую зависимость Монголии от России.[3] Помимо энергетики, Россия участвует в ряде крупных инфраструктурных проектов в Монголии, включая строительство и модернизацию автомобильных и железных дорог, а также энергосистем. Эти инфраструктурные проекты не только непосредственно способствуют экономическому развитию Монголии, но и усиливают влияние России на внутреннюю политику Монголии. Благодаря этим проектам Россия укрепила свои стратегические позиции в Монголии, а также оказала влияние на независимость Монголии и ее политический выбор в международных делах. Участвуя в ключевых инфраструктурных проектах в Монголии, Россия смогла в определенной степени формировать международную политику Монголии. Пользуясь экономическими выгодами от российских инвестиций, Монголия должна также учитывать свою внешнеполитическую автономию, особенно баланс в управлении отношениями с другими крупными державами. В этом контексте Монголии часто приходится находить хрупкий баланс между поддержкой России и стремлением к экономической и политической независимости.

Экономическая деятельность является важным направлением российского внешнеполитического влияния на Монголию. Благодаря торговле, инвестициям и интенсивному сотрудничеству в энергетических и инфраструктурных проектах Россия не только укрепила свои экономические связи с Монголией, но и оказывает на нее далеко идущее влияние на политическом уровне и уровне безопасности. Монголия должна учитывать экономические отношения с Россией при разработке своей международной политики, которая во многом определяет место и свободу действий Монголии в глобальном политическом и экономическом ландшафте.

### **Политические последствия**

Политический диалог и контакты на высшем уровне между Россией и Монголией являются важной частью отношений, и эти события не только символизируют двусторонние отношения, но и имеют существенное политическое значение.[4] Например, лидеры России и Монголии регулярно встречаются для обсуждения целого ряда тем - от экономического сотрудничества до вопросов безопасности. В 2019 году президент России Владимир Путин встретился с президентом Монголии Батулегой в Улан-Баторе и подписал ряд соглашений об экономическом и культурном сотрудничестве, что способствовало дальнейшему укреплению

стратегического партнерства между двумя странами. Эти политические диалоги на высоком уровне задают направление для развития внешней политики Монголии. Ввиду регионального значения России и ее глубокого вовлечения в сферу экономики и безопасности Монголии, Монголия вынуждена учитывать отношения с Россией при выработке своей внешней политики. Это политическое взаимодействие привело к тому, что Монголия поддерживает или, по крайней мере, не противостоит позиции России по ряду ключевых международных вопросов, таких как безопасность, энергетическая политика и реструктуризация отношений с другими державами.

Глубина отношений отражается в длительной истории российско-монгольского сотрудничества в области безопасности и военной сфере. Стороны сотрудничают не только в традиционных военных областях, таких как поставки вооружений и военная подготовка, но и в нетрадиционных сферах безопасности, таких как борьба с терроризмом и пограничный контроль. Регулярные совместные военные учения, такие как "Селенга", укрепили тактическую координацию и доверие между двумя сторонами и продемонстрировали глубину влияния России на систему безопасности Монголии. Это военное сотрудничество и сотрудничество в области безопасности оказывает непосредственное влияние на разработку политики безопасности Монголии. Монголия должна принимать во внимание партнерство с Россией при рассмотрении своей политики безопасности и оборонной стратегии. Военные технологии и учебные ресурсы, предоставляемые Россией, являются для Монголии важной опорой в поддержании национальной безопасности. Кроме того, поддержка, оказываемая Россией Монголии в вопросах региональной безопасности, таких как координация вопросов безопасности границ с Китаем и другими странами Центральной Азии, обеспечивает влияние России на формирование внешней политики и политики безопасности Монголии.

Благодаря политическому диалогу и сотрудничеству в сфере безопасности Россия оказывает значительное влияние на внешнюю политику и стратегию безопасности Монголии. Эти партнерские отношения не только углубили зависимость Монголии от России, но и несколько ограничили ее способность действовать самостоятельно в международных делах. При разработке своей внешней политики и стратегии безопасности Монголия должна балансировать между отношениями сотрудничества с Россией, и этот баланс важен как для международного положения Монголии, так и для региональной безопасности. Эта сложная схема взаимодействия имеет важное теоретическое и практическое значение для понимания текущих и будущих международных отношений.

#### **Последствия для безопасности**

Россия оказывает ключевую поддержку в обеспечении безопасности границ Монголии, что находит отражение в таких областях, как техническая помощь и обмен разведывательной информацией. Российская поддержка повысила обороноспособность границ Монголии, особенно тех, которые разделяют Китай и Россия. Кроме того, опыт России в урегулировании региональных конфликтов и координации вопросов безопасности в Центральной Азии является ценным ресурсом для Монголии, помогая ей более эффективно реагировать на потенциальные угрозы безопасности.[5] В своей политике безопасности Монголия стремится сбалансировать отношения с Россией и Китаем. Хотя Монголия полагается на Россию в вопросах безопасности, ей также необходимо поддерживать хорошие двусторонние отношения с Китаем. С этой целью Монголия приняла многостороннюю дипломатическую стратегию, направленную на укрепление сотрудничества со всеми своими соседями, чтобы ее национальная безопасность не подвергалась чрезмерному влиянию одной внешней силы. Эта сбалансированная стратегия находит отражение не только в управлении двусторонними отношениями, но и в многосторонних организациях безопасности и экономического сотрудничества, в которых участвует Монголия. Кроме того, Россия и Монголия регулярно проводят совместные военные учения, такие как учения "Селенга", которые являются не только проявлением военного сотрудничества, но и символом политического доверия. Эти учения, которые варьируются от традиционной тактической подготовки до контртеррористических учений и учений быстрого реагирования, укрепляют сотрудничество и взаимное доверие между двумя вооруженными

силами. Кроме того, они дают Монголии возможность глубже понять российские военные стратегии и операции, и наоборот. Благодаря военному сотрудничеству с Россией Монголия получила возможность участвовать в решении вопросов международной безопасности. Это сотрудничество укрепило военный потенциал и стратегическую автономию Монголии, позволив ей более уверенно выражать свои опасения и позиции в области безопасности в международных делах. Однако это сотрудничество также сделало Монголию в определенной степени зависимой от поддержки России, особенно когда речь идет о противодействии общим угрозам или участию в международных и региональных организациях безопасности.

Поддержка безопасности и военное сотрудничество России с Монголией оказывают глубокое влияние на политику Монголии в области международной безопасности. Это влияние отражается как на способности Монголии укреплять свой собственный потенциал безопасности, так и на балансе, который она должна найти между своими многонациональными потребностями в области безопасности. Тесно сотрудничая с Россией, Монголия может укрепить свои стратегические позиции на международной арене, однако эту зависимость также необходимо тщательно контролировать, чтобы сохранить баланс между стратегической автономией страны и многосторонним сотрудничеством в сфере безопасности. Успех этого баланса будет иметь прямое влияние на международные отношения Монголии и стабильность региональной безопасности.

### **Заключение**

В данной статье анализируется влияние России на внешнюю политику Монголии, в частности, на три основные области: экономическую, политическую и безопасность. В экономическом плане Россия является важным торговым партнером и источником инвестиций для Монголии, особенно в энергетическом и инфраструктурном секторах, и эти экономические связи углубляют взаимозависимость двух стран, оказывая влияние на дипломатическую свободу Монголии. На политическом уровне, посредством диалога и сотрудничества на высоком уровне, Россия формирует направление внешней политики Монголии, поэтому Монголии часто приходится учитывать позицию и интересы России по международным вопросам. В сфере безопасности Россия поддерживает безопасность границ Монголии и укрепляет доверие и сотрудничество посредством военного сотрудничества. Такие отношения делают Монголию зависимой от поддержки России в вопросах международной безопасности и одновременно ограничивают ее самостоятельность в международной политике. Эти сложные двусторонние отношения показывают, как маленькая страна может найти свой собственный путь развития в окружении двух великих держав. Пример Монголии показывает, что, хотя экономическая зависимость и сотрудничество в сфере безопасности обеспечивают необходимую поддержку для развития страны, они также накладывают ограничения на ее внешнюю политику и международную позицию. В своей будущей внешнеполитической стратегии Монголия должна продолжать находить баланс между поддержанием тесных связей с Россией и более широким международным сотрудничеством. Кроме того, Монголии необходимо использовать свое уникальное геополитическое положение в качестве моста между Россией и Китаем, а также в рамках более широкого международного сообщества, чтобы повысить свою независимость и влияние на международной арене. В целом, отношения Монголии с Россией являются ярким примером взаимодействия малых и крупных государств в международных отношениях, предоставляя ценную перспективу того, как большие и малые государства взаимодействуют в международной политике. Балансируя свои отношения со всеми сторонами, малые государства могут не только обеспечить собственную безопасность и развитие, но и играть более активную и независимую роль в международной системе.

\*\*\*

1. Пиллер И К. Внешняя политика Монголии в конце XX-начале XXI веков // Молодёжь XXI века: шаг в будущее. 2022. С. 37-38.
2. Шурубович А В, Пылин А Г. Роль России в экономике и внешнеэкономических связях Монголии в современных условиях // Всероссийский экономический журнал ЭКО. 2021. №4 (562). С. 172-192.

3. Батчулуун Б, Сяона Л. Изучение международных отношений в Монголии: становление и современное состояние // Международные отношения. 2019. №1. С. 43-50.
4. Хомушку А М. Политическая культура и внешняя политика современной Монголии // Вестник Тувинского государственного университета. Социальные и гуманитарные науки. 2020. №1 (56). С. 63-73.
5. Григорьева Ю Г. «Улан-Баторский диалог» как особая инициатива Монголии в обеспечении безопасности в Северо-Восточной Азии // Монголоведение. 2024. №15(4). С. 538-550.

Чжао Ю.

### Шанхайская организация сотрудничества как платформа для урегулирования региональных конфликтов: Примеры и стратегии

Хэйлуницзянский университет  
(Китай, Харбин)

doi: 10.18411/trnio-05-2024-328

#### Аннотация

Статья анализирует роль Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) в решении региональных конфликтов и обеспечении безопасности, с особым вниманием к противодействию терроризму, экстремизму, наркотрафику, а также предотвращению злоупотреблений в сфере ИКТ. Рассматриваются теоретические и практические аспекты деятельности ШОС, включая разработку миротворческих механизмов и расширение состава стран-членов. Отмечается важность вклада России и Китая, как постоянных членов Совета Безопасности ООН, в организацию и финансирование миротворческих операций. Исследование предназначено для специалистов в области геополитики и международной безопасности.

**Ключевые слова:** Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), региональные конфликты, миротворческая деятельность, региональная безопасность и стабильность, противодействие терроризму, сепаратизму и экстремизму.

#### Abstract

The article analyzes the role of the Shanghai Cooperation Organization (SCO) in resolving regional conflicts and ensuring security, with a special focus on countering terrorism, extremism, drug trafficking, and preventing ICT abuses. Theoretical and practical aspects of the SCO's activities, including the development of peacekeeping mechanisms and the expansion of its member states, are examined. The importance of the contribution of Russia and China, as permanent members of the UN Security Council, to the organization and financing of peacekeeping operations is noted. The study is intended for specialists in the field of geopolitics and international security.

**Keywords:** Shanghai Cooperation Organization (SCO), regional conflicts, peacekeeping, regional security and stability, countering terrorism, separatism and extremism.

#### Введение

Статья обращает внимание на многофункциональное взаимодействие стран-членов ШОС, направленное на обеспечение стабильности и безопасности в регионе. Цель данного исследования заключается в анализе эффективности ШОС в процессе урегулирования региональных конфликтов, а объектом изучения выступают конкретные меры и стратегии, применяемые организацией для достижения этой цели. Задачи исследования включают в себя: анализ роли ШОС в региональной политике и безопасности, оценку примеров участия организации в разрешении конкретных конфликтов, изучение влияния действий ШОС на общую стабильность в регионе, а также разработку рекомендаций по усилению эффективности миротворческой деятельности ШОС. Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу деятельности ШОС в контексте региональных конфликтов, что позволяет выявить новые аспекты и потенциал организации в области миротворчества и предотвращения конфликтов. Теоретическая значимость работы обусловлена разработкой методологического подхода к изучению межгосударственных организаций в роли

миротворческих агентов, а практическая значимость заключается в предложении конкретных рекомендаций для улучшения работы ШОС в области урегулирования конфликтов.[1] Исследование опирается на обоснование научных методов, включая анализ документов, сравнительный анализ, экспертные оценки и кейс-стади, что обеспечивает всестороннее и объективное изучение деятельности ШОС и её влияния на региональную безопасность.

Роль ШОС в урегулировании конфликтов

#### 1. Примеры участия ШОС в мирных процессах.

С точки зрения государств-членов ШОС, их беспокоят такие вопросы, как индо-пакистанское владение Кашмиром и китайско-индийский пограничный конфликт. С глобальной точки зрения, уже несколько месяцев продолжается новый раунд беспрецедентно интенсивного израильско-палестинского конфликта, продолжается российско-украинский конфликт, ситуация в Афганистане остается напряженной, гегемония и терроризм по-прежнему распространены.[2] Какую роль будет играть ШОС в поддержании мира в регионе в условиях острой ситуации с безопасностью во всем мире? По словам Логвинова, международная и региональная ситуация ставит определенные задачи перед развитием ШОС. С момента своего создания ШОС решительно выступает против конфликтов и является организацией, нацеленной на сотрудничество, а не на конфронтацию и конфликты. ШОС активно работает над устранением угроз и вызовов, стоящих перед всем человечеством.

#### 2. Анализ стратегий ШОС по предотвращению и разрешению конфликтов.

ШОС стремится к разрешению конфликтов через диалог, доверие и укрепление сотрудничества между государствами-членами. Основной акцент организации — не только на прямом разрешении конфликтов, но и на их предотвращении. ШОС придерживается следующих стратегий: Приверженность суверенитету и территориальной целостности государств-членов и отказ от вмешательства в их внутренние дела. Это уменьшает риски возникновения конфликтов и их обострения из-за внешних воздействий. Укрепление равноправия и гармонии между государствами-членами, решение проблем на основе взаимного доверия. ШОС снимает напряженность и налаживает взаимовыгодное сотрудничество. Создание механизмов для диалога и консультаций, включая встречи на высоком уровне и работу таких органов, как Секретариат по вопросам безопасности. Эти механизмы позволяют активно обсуждать разногласия и искать общие решения.

Сотрудничество в области безопасности, включающее совместные военные учения и обмен разведанными. Это укрепляет способность государств совместно противостоять угрозам, поддерживая стабильность в регионе. ШОС также опирается на положения Хартии ООН, которая позволяет использовать региональные механизмы для мирного разрешения споров до их передачи в Совет Безопасности ООН. Эффективность стратегий ШОС требует постоянной оценки, но активное взаимодействие с ООН может способствовать стабилизации ситуаций в конфликтных регионах и снижению вероятности возобновления боевых действий.

Шанхайская организация сотрудничества сыграла важную роль в обеспечении безопасности и стабильности в Евразии, активно участвуя в деятельности ООН и становясь важнейшей региональной организацией. Она поддерживает мир и устойчивое развитие, укрепляет региональное сотрудничество, добрососедские отношения и взаимное доверие. Сотрудничество между ООН и региональными организациями, такими как ШОС, обладает значительным потенциалом для поддержания регионального мира.

Кейс-стади: Примеры урегулирования конфликтов ШОС

#### 1. Детальное рассмотрение конкретных примеров вмешательства ШОС в региональные конфликты.

Этот конфликт имеет долгую историю, основываясь на сложных политических, территориальных и религиозных причинах. В центре спора — Кашмир, территория, претензии на которую привели к нескольким вооруженным конфликтам и войнам.

Причины конфликта:

Территориальные претензии: Обе страны претендуют на Кашмир, что вызывает постоянные территориальные споры.

Религиозные разногласия: Индия в основном индуистская, Пакистан — мусульманский. Эти различия создают дополнительное напряжение.

Исторические обиды: Сложная история разделения Британской Индии в 1947 году оставила после себя множество конфликтов.[3]

Конфликт характеризуется периодами острой напряженности, вооруженными столкновениями и неудачными попытками мирного урегулирования. Современные отношения между Индией и Пакистаном остаются напряженными, с периодическими вооруженными инцидентами и обменов обвинениями, создавая риск дальнейшей эскалации. Для урегулирования этого конфликта необходимы значительные усилия как со стороны самих стран, так и международного сообщества. Ключевыми элементами решения являются диалог и стремление к мирному урегулированию. ШОС играет в этом процессе особую роль, пытаясь использовать свои механизмы для содействия диалогу и снижения напряженности. В преддверии вступления Индии и Пакистана в организацию, данные показывают серьезность ситуации: с 1990 по 2017 год на границе произошло более 69 тысяч перестрелок, в результате которых погибли тысячи людей. До вступления в ШОС, Китай и Россия выражали надежду, что Индия и Пакистан будут способствовать дружбе и сотрудничеству в рамках организации. Обе страны подписали ряд договоренностей о долгосрочных отношениях и сотрудничестве, обещая поддерживать мирные отношения. На саммите ШОС в Астане в 2017 году состоялась беседа между премьер-министрами Индии и Пакистана, что стало первым обменом мнениями между лидерами двух стран за последние 17 месяцев и привлекло внимание международного сообщества.

## 2. Анализ успешных и неудачных попыток урегулирования.

Ожидание быстрого улучшения отношений между Индией и Пакистаном в рамках ШОС оказалось нереалистичным. Индийско-пакистанский конфликт является одним из самых сложных в мире из-за смеси территориальных, этнических и национально-безопасных противоречий, оказывающих влияние на многие аспекты двусторонних и региональных отношений. Множество международных организаций, включая ООН, пытались содействовать разрешению конфликта, но без успеха. После вступления стран в ШОС, натяжка между ними скорее увеличилась. Накануне саммита ШОС в Астане в 2017 году произошел обмен резкими заявлениями между Индией и Пакистаном из-за инцидента с индийским шпионом Джадхавом, приговоренным к смерти в Пакистане. Встреча на саммите не привела к двустороннему диалогу, что отразили ведущие СМИ Индии, указавшие на использование Моди темы борьбы с терроризмом для давления на Шарифа. В 2019 году инциденты в Кашмире едва не привели к военному конфликту между странами.

Нынешние конфликты между членами ШОС показывают, что организация испытывает трудности с управлением безопасностью на фоне внутренних неоднородностей и консенсусного принципа принятия решений, что часто приводит к недостаточно активным действиям. Расширение ШОС и наличие серьезных конфликтов, как индийско-пакистанский, усложняют координацию интересов и решений. ШОС использует различные механизмы и инструменты для урегулирования конфликтов, включая Региональную антитеррористическую структуру (РАТС), которая координирует усилия стран в борьбе с терроризмом. Однако, вступление Индии и Пакистана в ШОС и их разногласия оказали парализующее воздействие на РАТС. Это подчеркивает необходимость адаптации существующих механизмов к новым условиям и поиск новых подходов к решению конфликтов. Несмотря на проблемы, ШОС остается важной платформой для регулярных встреч на высоком уровне, что способствует доверию и взаимопониманию между странами.[4] Организация также развивает экономическое сотрудничество, что создает стимулы для мирного разрешения споров.

В заключение, ШОС имеет значительный потенциал в сфере урегулирования конфликтов, но требуется дальнейшее развитие и адаптация механизмов, а также укрепление сотрудничества между членами. Создание комплексной системы механизмов для урегулирования споров, охватывающей весь процесс от предотвращения до разрешения

конфликтов, станет критически важным для поддержания региональной стабильности и безопасности, что подчеркивает необходимость углубления принципов и целей ШОС.

Механизмы и инструменты ШОС в урегулировании конфликтов

1. Дипломатические механизмы.

Шанхайская Организация Сотрудничества, использует дипломатические механизмы для решения региональных конфликтов в своем регионе. Организация стремится к сотрудничеству и диалогу между своими членами для предотвращения и разрешения конфликтов. Вот некоторые из способов, которыми ШОС решает региональные конфликты с помощью дипломатических механизмов: Регулярные саммиты и встречи руководителей государств-членов ШОС предоставляют платформу для обсуждения актуальных проблем и конфликтных ситуаций. Эти встречи обычно способствуют обмену мнениями, установлению контактов и налаживанию диалога между сторонами.[6] ШОС может выступать посредником в разрешении конфликтов между своими членами, предоставляя нейтральные и доверительные механизмы для поиска мирного решения споров. Организация может создавать специальные рабочие группы или механизмы диалога для обсуждения конкретных аспектов конфликтных ситуаций и поиска возможных выходов из них. ШОС поддерживает усилия по проведению мирных переговоров между сторонами конфликта, поощряя использование диалога и дипломатии для разрешения споров. Организация способствует сотрудничеству в области безопасности, что может способствовать снижению напряженности и риска конфликтов между государствами-членами. ШОС стремится к созданию стабильной и мирной обстановки в своем регионе путем активного использования дипломатических механизмов для разрешения и предотвращения конфликтов между своими членами.

2. Экономические и культурные инициативы.

Шанхайская Организация Сотрудничества также использует экономические и культурные аспекты в своей деятельности для решения региональных конфликтов и укрепления сотрудничества между участниками. Вот какие методы и подходы использует ШОС для урегулирования конфликтов через эти аспекты:

Развитие экономического сотрудничества в рамках ШОС способствует укреплению взаимных экономических связей между странами-участниками. Обмен товарами, услугами, инвестициями и технологиями способствует снижению экономических и социальных разрывов, что может смягчить напряженность и конфликты. ШОС поддерживает культурные программы, обмены студентами, искусственные выставки, фестивали и другие мероприятия, способствующие пониманию и уважению между различными культурами и нациями. Это укрепляет культурные связи и содействует доверию между участниками. Развитие образования и научных исследований в рамках ШОС способствует обмену знаниями, опытом и инновациями между странами-членами. Это способствует более глубокому взаимопониманию и сотрудничеству, что может снизить конфликты и напряженность. Развитие туризма и спорта в регионе способствует укреплению международных связей, улучшению культурного обмена и созданию позитивного образа каждой из стран-участниц. Туризм и спорт могут стать мощным инструментом разрешения разногласий и улучшения отношений между государствами.

Через экономические и культурные аспекты ШОС стремится создать благоприятную обстановку для разрешения конфликтов, укрепления сотрудничества и содействия устойчивому развитию региона.

3. Военное сотрудничество и антитеррористические операции.

Шанхайская Организация Сотрудничества играет важную роль в поддержании региональной стабильности через военное сотрудничество и контртеррористические операции. Члены ШОС проводят регулярные военные учения и совместные учения по борьбе с терроризмом, групповыми угрозами и для укрепления своих оборонительных способностей. Это способствует координации действий между армиями стран-участниц и повышению общей безопасности в регионе. ШОС обеспечивает платформу для обмена опытом и информацией в области борьбы с терроризмом и другими угрозами. Это помогает странам-участницам лучше понимать угрозы и эффективнее реагировать на них.

Члены ШОС взаимодействуют в рамках совместных операций по борьбе с терроризмом. Организация содействует совместным действиям по разработке стратегий и тактик для борьбы с экстремистскими организациями и противодействию террористическим угрозам. ШОС также содействует обеспечению безопасности на границах между своими членами, что способствует предотвращению инцидентов и конфликтов, особенно в чувствительных регионах. Организация поощряет сотрудничество в области военной техники и технологий, что позволяет членам ШОС улучшить свои оборонительные возможности и совместные оперативные действия.

Через военное сотрудничество и контртеррористические операции ШОС укрепляет безопасность и стабильность в своем регионе, что способствует уменьшению угроз и рисков, связанных с терроризмом и другими формами экстремизма.

#### Заключение

В настоящее время мир сталкивается с усилением противоречий между единством и расколом, миром и конфликтом, а также сотрудничеством и конфронтацией. Международное сообщество активно призывает поддерживать единство против раскола и мир против конфликта. Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), являясь крупнейшей региональной организацией, следует принципам взаимного доверия, взаимной выгоды и уважения различных цивилизаций, что привлекает внимание множества стран и международных организаций. ШОС несет ответственность за поддержание регионального мира, безопасности и стабильности, а также за расширение общих интересов своих государств-членов. Организация призывается играть активную роль в развитии глобального управления в более демократическом и справедливом направлении, противостоять вмешательству во внутренние дела стран и углублять международное сотрудничество.

ШОС активно участвует в укреплении мер безопасности, реагирует на традиционные и нетрадиционные угрозы, улучшая свою способность к решению безопасных рисков. Это помогает поддерживать стабильность на региональном и глобальном уровнях. Организация также продвигает практическое сотрудничество, укрепляя экономические и культурные связи между странами, что стимулирует экономическое развитие региона. ШОС способствует культурному и гуманитарному обмену, продвигая мирное сосуществование различных цивилизаций, что способствует укреплению международного доверия и сотрудничества. Организация поддерживает многосторонность и стремится к созданию более справедливой системы международного управления.

В статье рассмотрены вызовы, с которыми сталкивается ШОС, включая управление конфликтами, такими как индо-пакистанский и китайско-индийский. Эти примеры подтверждают важную роль ШОС в укреплении регионального мира и процветания. Организация сталкивается с необходимостью углубления взаимопонимания и сотрудничества между своими членами для эффективного решения международных споров и конфликтов. ШОС предоставляет платформу для урегулирования региональных конфликтов, что делает её ключевым игроком на международной арене в продвижении мира и стабильности в мире.

\*\*\*

1. Белоусова И.С. Сравнение ОДКБ и ШОС как институтов международных отношений // Международное право и международные организации / International Law and International Organizations. 2022. № 2. С. 31-38. DOI: 10.7256/2454-0633.2022.2.26085
2. Барский К.М. Перспективы участия ШОС в миротворческой деятельности, предотвращении и урегулировании конфликтов // Вестник МГИМО-Университета. 2015. № 4(43). С. 94-101. DOI: 10.24833/2071-8160-2015-4-43-94-101
3. Кавешников Н. Ю. Справедливость при урегулировании региональных конфликтов: анализ стратегии России в 1992—2021 гг. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2023. Т. 23, № 2. С. 215—227. DOI: 10.22363/2313-0660-2023-23-2-215-227
4. Родионова Ю.Д. Урегулирование конфликтов в сфере государственных закупок в России и Казахстане // Вопросы экономики. 2022. №7. С. 85-103. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-7-85-103
5. Фрольцов В.В., Мармонтова Т.В., Большаков А.Г., Атаев А.В. Модели урегулирования территориальных конфликтов // Россия и мир: научный диалог. 2022. №2. С. 22-37. DOI: 10.53658/RW2022-2-2(4)-22-37
6. А.Ф., Расулев. Перспективы социально-экономического сотрудничества государств-членов ШОС в условиях глобализации // Экономика региона. 2012. №4. С. 203-208. DOI: 10.17059/2012-4-22

**ДЛЯ ЗАМЕТОК**







Рецензируемый научный журнал

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**  
**№109, Май 2024**

Часть 6

Подписано в печать 25.05.2024. Тираж 400 экз.  
Формат.60x841/16. Объем уч.-изд. л.10,13  
Отпечатано в типографии Научный центр «LJournal»  
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович