

Научный центр «LJournal»

Рецензируемый научный журнал

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

№96, Апрель 2023
(Часть 4)



Самара, 2023

T33

Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования» №96, Апрель 2023 (Часть 4) - Изд. Научный центр «LJournal», Самара, 2023 - 204 с.

doi: 10.18411/trnio-04-2023-p4

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 Сталинаруевич

Доктор медицинских наук, Доцент

Никонович Сергей Леонидович

Доктор юридических 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

РАЗДЕЛ VIII. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	8
Ао И. Сравнительный анализ методов управления персоналом в государственных предприятиях и коммерческих организациях	8
Бокарева А.М., Удалов Д.Э. Правовой статус маркетолога	12
Болдырева Е.Я. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент: как истории помогают бизнесу	15
Боташева Л.С., Лайпанова М.А. Учет затрат. Элементы учета затрат	18
Боташева Л.С., Казиева Р.Э. Сущность и принципы формирования себестоимости	21
Быков Е.Ю. Стратегии управления персоналом на предприятиях	24
Быков Е.Ю. Типы бухгалтерских документов	27
Гарифуллин Р.Ф., Миннибаев А.И., Разакова А.И. Роль коммуникации в автоматизации управления предприятием	30
Гранатырь А.И. Порядок взимания таможенных платежей в условиях функционирования ЕАЭС	32
Гранатырь А.И. Порядок определения таможенной стоимости товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Союза физическими лицами	36
Дзудцова Е.М., Техова З.А., Битиева А.О. Особенности стратегии и тактики социально-экономического реформирования регионального АПК	39
Драненко Л.П. Роль внутреннего аудита в оценке эффективности системы внутреннего контроля хозяйствующего субъекта	43
Жалдак А.А., Ю Ми С. Анализ использования банковских карт в РФ и странах СНГ	46
Завьялова Д.Д., Кицис В.М. Ресторанная индустрия и ее роль в туризме	54
Золотилова Е.В. Теоретические особенности ценообразования в агропромышленном комплексе страны	58
Идигова Л.М., Абуезидов М.Р., Плис С.А. Социально-экономические условия формирования и развития трудового потенциала	62
Идигова Л.М., Абуезидов М.Р., Плис С.А. Цифровая экономика как фактор совершенствования формы организации трудовых отношений	64
Иляшевич Д.И. Еврооблигации: понятие, основные характеристики и виды	66
Исмагилова А.А. Организация оплаты труда в современных экономических условиях	69
Каплан Я. Проблематика Метавселенной и аватар продукта: контекстный анализ	71
Каравацкий И.А. Анализ системы транспортно – складского комплекса предприятия	77
Киселев Д.Н., Гасанов В.М. Мировая торговля и её основные показатели	80
Клишина К.А. Теоретические основы внешнеэкономической специализации и внешнеторговой политики государства	83
Князева А.В., Троцианская Л.В., Нигматзянова Л.Р. Роль ресурсного потенциала в деятельности организации	89
Круцкий Д.В. Учёт потенциальных логистических рисков предприятия на основе анализа ключевых показателей эффективности деятельности	91

Кучина А.В., Воробьёв С.В. Содержание стратегического государственного и муниципального управления: цели, задачи, функции, компоненты.....	95
Лебедев В.Э. Роль event-маркетинговых коммуникаций в продвижении товаров и услуг	99
Линь С. Оценка инновационных проектов как фактор конкурентоспособности предприятий	102
Малютина К.А. Матрица ADL-LC	104
Малютина К.А. Учет на основе ФСБУ 5/2019	107
Мастикова А.Д. Методы планирования финансов для развития организации	110
Махова А.В., Клишева Е.С. Анализ численности получателей денежных выплат среди лиц пожилого возраста в РФ в период с 2013 по 2022 год.....	113
Миненко А.В., Селиверстов М.В. Инструменты и проблемы регулирования в сфере ветеринарии и выпуска продукции и сырья животного происхождения Республики Хакасия	118
Митина А.А., Калюгина И.В. Роль налоговых органов в налоговом администрировании.	121
Михайлов М.В. Перспективы совершенствования региональной инфраструктуры РФ.....	125
Михайлов М.В. Принципы обеспечения эффективности региональной инфраструктуры ..	129
Нигматзянова Л.Р., Маркина К.В., Каюмова А.А. Возможности применения автоматизированных информационных систем управления предприятием пищевой продукции	133
Овчинников К.И., Аббакумов А.А. Основные показатели и методы оценки эффективности деятельности детейлинг центра.....	135
Плис С.А., Анисимова С.Е., Идигова Л.М. Влияние цифровизации функций менеджмента на экономические показатели производственной деятельности организации	139
Плис С.А., Анисимова С.Е., Идигова Л.М. Теоретические и практические аспекты развития городской среды с применением цифровых технологий.....	141
Попова С.В., Лашманов Д.Д. Особенности финансирования предприятий малого и среднего бизнеса	144
Сабанин К.В. Разработка и оценка эффективности принятия управленческих решений при формировании бизнес-моделей деятельности организации	147
Самакаева М.Д., Ковалева И. Н. Современные проблемы развития электронной промышленности в экономике России	149
Семёнов Н.Ю. Элементы субкультур в брендинге и маркетинговых коммуникациях.....	152
Смородина Е.А. Анализ проведения первоначальных размещений акций компаний на региональном и страновом уровнях.....	155
Троерина О.Б. Государственный сектор в банковской системе: оценка и роль его участия	158
Узбеков Ф.И. Мотивация и стимулирование труда работников на предприятии.....	161
Узбеков Ф.И. Маркетинговая деятельность предприятия: принципы, инструменты, перспективы развития.....	170
Фан Ц., Лю И. Маркетинг китайских автомобилей в России	173
Фарвазов М.Р., Нигматзянова Л.Р. Развитие мирового энергетического рынка	176
Хомицевич Н.А. Выполнение государственного заказа как проектная деятельность	178

Хомицевич Н.А. Отдельные аспекты формирования стоимости цены контракта применительно для Постановления Правительства РФ от 16 сентября 2016 г. N 925	181
Шамкаева А.Р. Эффективность применения трансфертных цен в бюджетировании.....	183
Шестакова Л.А. Применение ПБУ 4/99 в бухгалтерской отчетности предприятий	187
Шишкина Л.А. Процессы глобализации в современном мире, бросающие вызов развитию национальной экономики	190
Шишкина Л.А., Краснянская А.А. Анализ основ взаимосвязи экономического развития, финансового развития и неравенства доходов.....	193
Шишкова В.С. Анализ эффективности принятия управленческих решений в деятельности предприятия.....	197

РАЗДЕЛ VIII. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Ао И.

Сравнительный анализ методов управления персоналом в государственных предприятиях и коммерческих организациях

*Владивостокский государственный университет
(Россия, Владивосток)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-170

Аннотация

Управление персоналом на предприятии имеет большую значимость, так как от него зависит эффективность работы всей организации. При этом на сегодняшний день отмечаются явные различия в методологии управления персоналом в зависимости от специфики деятельности предприятия.

Методы управления персоналом на государственных и коммерческих предприятиях имеют свои отличия, которые в значительной степени связаны с различиями в целях и задачах, которые стоят перед этими организациями. Государственные предприятия, как правило, ориентированы на обеспечение национальных интересов и социально-экономического развития страны, поэтому методы управления персоналом на таких предприятиях склонны к более жестким и централизованным подходам. Коммерческие предприятия, в свою очередь, ориентированы на достижение прибыли и максимизацию экономических показателей, что обуславливает более гибкие и инновационные методы управления персоналом.

В целом, различия в методах управления персоналом на государственных и коммерческих предприятиях связаны с особенностями их целей и задач, но оба подхода могут быть эффективными при правильном применении и адаптации к конкретным условиям.

Ключевые слова: управление персоналом, государственное предприятие, коммерческие предприятия.

Abstract

Human resources management in the enterprise is of great importance, since the efficiency of the entire organization depends on it. At the same time, today there are clear differences in the methodology of personnel management depending on the specifics of the enterprise's activities.

Personnel management practices at government and commercial enterprises have their differences, which are largely related to the differences in goals and objectives that these organizations face. State-owned enterprises tend to be focused on ensuring the national interests and socio-economic development of the country, so the methods of personnel management at such enterprises are prone to tougher and more centralized approaches. Commercial enterprises, in turn, are focused on achieving profit and maximizing economic indicators, which leads to more flexible and innovative methods of personnel management.

In general, differences in personnel management practices at government and commercial enterprises are related to the specifics of their goals and objectives, but both approaches can be effective when properly applied and adapted to specific conditions.

Keywords: personnel management, state-owned enterprise, commercial enterprise.

На сегодняшний день отмечается существенная важность управления персоналом в компаниях, так как именно человеческие ресурсы определяют эффективность деятельности предприятия.

Существует несколько подходов к определению понятия «управление персоналом». Один из них определяет управление персоналом как систему управления ресурсами, направленную на эффективное использование персонала в организации. Другой подход

считает, что управление персоналом – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала в организации [1].

Еще один подход определяет управление персоналом как комплекс мер, направленных на управление трудовыми отношениями и трудовым потенциалом организации. Этот подход подчеркивает важность управления отношениями с персоналом и управления человеческими ресурсами как ключевого фактора в достижении успеха организации.

Независимо от подхода, управление персоналом является критически важной функцией для успеха любой организации. Оно включает в себя такие задачи, как найм и подбор персонала, обучение и развитие, мотивация и оценка производительности. Хорошее управление персоналом способствует повышению производительности, улучшению качества работы и снижению текучести кадров.

Управление персоналом в организации включает в себя широкий спектр задач и функций, направленных на оптимизацию работы персонала и достижение целей организации. Некоторые из основных задач управления персоналом включают в себя:

1. Разработка стратегии управления персоналом, которая включает в себя определение целей и задач, которые должны быть выполнены персоналом для достижения целей организации.
2. Определение структуры и состава персонала, который потребуется для выполнения задач организации.
3. Рекрутинг и подбор квалифицированных кандидатов на вакансии, которые соответствуют потребностям организации.
4. Обучение и развитие персонала, которое включает в себя проведение тренингов, семинаров и курсов обучения, а также индивидуальные программы развития для повышения квалификации и профессиональных навыков персонала.
5. Мотивация и стимулирование персонала, которое включает в себя разработку системы оплаты труда, бонусов и льгот, а также создание благоприятной рабочей среды.
6. Управление конфликтами и проблемами в коллективе, включая разрешение конфликтов и решение проблем, которые могут возникнуть в рабочей среде.
7. Оценка работы персонала, которая позволяет оценить эффективность работы сотрудников и определить, нуждается ли персонал в дополнительных обучении или изменениях в рабочих процессах.
8. Управление кадровым потенциалом, включающее разработку планов на будущее, прогнозирование потребности в персонале и разработку стратегии привлечения, развития и удержания персонала в организации [2].

Как правило, управление персоналом в организации осуществляется отделом кадров или другой специальной службой, которая отвечает за все аспекты управления персоналом в организации.

На сегодняшний день выделяется ряд различных методов по работе с персоналом, но стоит отметить, что данные методы различаются в рамках специфики деятельности компании.

Управление персоналом на государственных предприятиях имеет свои особенности, связанные с управленческими процессами, юридическими ограничениями, бюджетными ограничениями и другими факторами. Вот несколько методов управления персоналом на государственных предприятиях:

1. Определение критериев отбора персонала: для государственных предприятий важно выбирать персонал, который соответствует их потребностям. Это может включать определение опыта, образования, профессиональных навыков и других критериев, которые должны быть прописаны в соответствующих документах.

2. Развитие кадров: на государственных предприятиях важно создать условия для развития персонала. Это может включать проведение тренингов, обучение новым навыкам, обмен опытом и другие меры.
3. Мотивация персонала: для того, чтобы персонал оставался мотивированным и продуктивным, на государственных предприятиях могут применяться различные методы мотивации, такие как премии, повышение зарплаты, дополнительные выходные дни и другие поощрения.
4. Система оценки персонала: важно иметь систему оценки персонала, чтобы определить его эффективность и уровень компетенции. Это может помочь выявить слабые места, на которые нужно обратить внимание, и выработать стратегию для улучшения работы.
5. Система контроля и надзора: государственные предприятия должны иметь систему контроля и надзора, которая помогает управлять персоналом и обеспечивает соблюдение законов и требований.
6. Коммуникация и сотрудничество: государственные предприятия должны стремиться к развитию эффективной коммуникации и сотрудничества между персоналом и руководством. Это поможет создать позитивную рабочую атмосферу, увеличить производительность и улучшить работу всей компании [3].

Эти методы управления персоналом помогут государственным предприятиям оптимизировать процессы работы с персоналом, повысить производительность, снизить издержки и повысить уровень удовлетворенности персонала. Важно учитывать специфику работы на государственных предприятиях и особенности работы с государственным персоналом при выборе и применении конкретных методов управления. Кроме того, руководство государственных предприятий должно следить за изменениями в законодательстве и принимать во внимание требования государственных органов при разработке и внедрении системы управления персоналом.

Управление персоналом в коммерческих предприятиях имеет свои особенности, которые определяются конкурентным окружением, рыночными условиями и требованиями к эффективности работы [4]. Ниже представлены некоторые методы управления персоналом в коммерческих предприятиях:

1. Разработка стратегии управления персоналом: для достижения целей и задач коммерческого предприятия необходимо разработать стратегию управления персоналом. Она должна учитывать специфику деятельности компании, особенности рынка, цели и задачи компании, а также финансовые возможности.
2. Проектирование организационной структуры: коммерческое предприятие должно иметь эффективную организационную структуру, которая обеспечивает эффективность работы и гибкость в изменении условий. Это может включать определение должностных обязанностей, распределение полномочий, установление связей между подразделениями.
3. Определение критериев отбора и найма персонала: для коммерческих предприятий важно определять критерии отбора и найма персонала, которые наилучшим образом соответствуют целям и задачам компании. Это может включать проверку квалификации, опыта, соответствия ценностям и культуре компании, а также другие критерии, необходимые для конкретной должности.
4. Развитие персонала: коммерческие предприятия должны обеспечивать развитие персонала, чтобы повысить их квалификацию и компетенцию. Это может включать проведение обучения, тренингов, повышение квалификации, а также другие меры.
5. Мотивация персонала: на коммерческих предприятиях важно создавать систему мотивации персонала, которая позволяет поддерживать высокий

уровень мотивации и производительности. Это может включать определение системы оплаты труда, премий, бонусов, продвижения по службе, а также другие меры поощрения.

6. Система оценки производительности: для эффективного управления персоналом на коммерческих предприятиях необходимо иметь систему оценки производительности. Она позволяет определять эффективность работы персонала, выявлять проблемы и разрабатывать меры по их решению. Система оценки производительности может включать определение ключевых показателей эффективности, проведение регулярных оценок, обратную связь и разработку индивидуальных планов развития.
7. Развитие корпоративной культуры: на коммерческих предприятиях важно развивать корпоративную культуру, которая соответствует целям и задачам компании, и создавать условия для ее поддержания. Это может включать проведение корпоративных мероприятий, разработку этики и ценностей компании, обеспечение прозрачности и открытости в коммуникации.
8. Система управления знаниями: коммерческие предприятия должны иметь систему управления знаниями, которая позволяет сохранять и передавать знания и опыт компании. Это может включать создание базы знаний, проведение обучения и тренингов, обмен опытом между сотрудниками [5].

Важно отметить, что методы управления персоналом в коммерческих предприятиях могут различаться в зависимости от специфики деятельности компании, ее размера, рынка и других факторов. Поэтому необходимо адаптировать методы управления персоналом к конкретной ситуации и постоянно совершенствовать их в соответствии с изменениями внешней среды.

Разница в методах управления персоналом на государственных и коммерческих предприятиях обусловлена отличиями в целях и задачах, которые стоят перед ними.

Государственные предприятия в первую очередь ориентированы на общественную пользу и выполнение государственных функций. В связи с этим, управление персоналом на государственных предприятиях в большей степени регулируется законодательством, государственными стандартами и нормами, а также общественными ожиданиями.

Коммерческие предприятия могут иметь более жесткие стандарты и требования к своему персоналу, так как они ориентированы на достижение высоких результатов и конкурентных преимуществ. Государственные предприятия могут быть более гибкими в управлении персоналом и могут уделять больше внимания социальным вопросам, таким как равновесие, разнообразие и безопасность на рабочем месте.

В целом, методы управления в коммерческих и государственных предприятиях могут существенно отличаться друг от друга, и менеджеры и руководители должны учитывать особенности своей организации и ее целей при выборе методов управления.

1. Павлова, Ю.В. Управление персоналом в организации: современные подходы к построению системы управления персоналом / Ю.В. Павлова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – №8-3. – С.5-11.
2. Носкова, Ю.В. Сравнительный анализ систем управления персоналом на государственной службе и в сфере услуг / Ю.В. Носкова, А.А. Пирогова, О.А. Лымарева // Экономика устойчивого развития. – 2019. – №3 (39). – С.133-139.
3. Васильев, А.Н. Современные проблемы управления персоналом на российских предприятиях / А.Н. Васильев, В.В. Филатов, В.Ю. Мишаков // Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. – 2020. – С.12-17.
4. Багдасарян, В.Г. Трансформация системы управления персоналом предприятия в условиях цифровизации Российской экономики / В.Г. Багдасарян // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2020. – №3. – С.10-12.
5. Кучерова, А.А. Особенности управления персоналом в условиях пандемии Covid-19 / А.А. Кучерова, Т.Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №12-12. – С.75-78.

Бокарева А.М.¹, Удалов Д.Э.²

Правовой статус маркетолога

¹Московский государственный университет спорта и туризма

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-171

Аннотация

В статье рассматриваются нормативно-правовые акты, составляющие систему правового регулирования профессиональной деятельности специалистов в области предоставления маркетинговых услуг. Характеризуются требования профессиональных стандартов, согласно которым, осуществляется трудовая деятельность специалистов маркетологов.

Ключевые слова: профессиональная деятельность; маркетинг; маркетинговая деятельность; маркетолог; трудовые отношения.

Abstract

The article discusses the normative legal acts that make up the system of legal regulation of professional activities of specialists in the field of marketing services. The requirements of professional standards are characterized, according to which the labor activity of marketing specialists is carried out.

Keywords: professional activities; marketing; marketing activities; marketer; labor relations.

Экономические отношения, выступают одной из важнейших форм взаимодействия в обществе. Любое взаимодействие участников отношений, должно основываться на системе социальных норм, выступающих регуляторами социальных отношений. Одним из видов таких норм являются правовые нормы, которые устанавливают правовой статус, то есть определяют права и обязанности субъектов общественных отношений, в частности в сфере экономической деятельности [7, с. 131].

Так, по мнению, Ф.И. Розанова функция экономической системы заключается в использовании природных ресурсов в той или иной форме для удовлетворения людьми своих естественных потребностей и обеспечения тем самым функционирования общества. Экономическую базовую функциональную подсистему в свою очередь составляют подсистемы добычи ресурсов, их переработки, утилизации отходов, а также подсистемы распределения вещества и энергии (материальных и духовных благ) между всеми элементами социосистемы в соответствии с потребностями социальной системы и потребностями составляющих ее социальных элементов [9, с. 236].

С точки зрения психологической науки экономика теснейшим образом связана с человеком, его существованием, деятельностью, поведением. Человеку принадлежит определяющая роль, он занимает главное место в экономике как хозяйственной системе. Экономика, будучи системой жизнеобеспечения людей, функционирует благодаря человеку, ибо он вносит в систему хозяйствования индивидуальный и коллективный труд, а также организующее начало, подчиняющее его своей воле, интересам, целям [8, с. 30]

Как отмечает А.Р. Есина важнейшим инструментом, без которого невозможна успешная деятельность организации является маркетинг. Маркетинг позволяет обеспечить тесную связь с основным источником бизнеса – клиентами, знать о них все, что может в последующем принести прибыль, влиять на их вкусы и привычки, формировать спрос и за счет этого добиваться необходимого уровня продаж. Маркетинг позволяет правильно выделить целевой рынок как наиболее предпочтительный для себя, сосредоточить на нем усилия, средства и ресурсы и только за счет этого обеспечить дополнительные экономические преимущества. Кроме того, маркетинг всегда позволяет выявить неизвестные, дополнительные резервы [10, с. 404]. Соответственно субъектом, осуществляющим маркетинговую деятельность, является маркетолог.

Правовая характеристика маркетинговой деятельности содержится в Договоре о Евразийском экономическом союзе, подписанном в г. Астане 29 мая 2014 г. Согласно положения данного акта, под «маркетинговыми услугами», следует понимать – услуги, связанные с исследованием, анализом, планированием и прогнозированием в сфере производства и обращения товаров (работ, услуг) в целях определения мер по созданию необходимых экономических условий производства и обращения товаров (работ, услуг), включая характеристику товаров (работ, услуг), выработку ценовой стратегии и стратегии рекламы [1].

Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК-029-2014, определяет, что к маркетинговой деятельности относится «деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка», которая включает:

- подготовку и проведение рекламных кампаний: подготовку и размещение рекламных материалов в газетах, периодических изданиях, на радио, телевидении, в информационно-коммуникационной сети Интернет и прочих средствах массовой информации;
- проведение маркетинговых исследований и прочие услуги в сфере рекламы, нацеленные на привлечение и удержание клиентов, промо-акции продукции, маркетинговые исследования пунктов продаж, адресную рассылку рекламных материалов, консультирование в области маркетинга.

В частности, исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения, предполагает:

- исследование рынка и внутренних фактических и потенциальных возможностей производственной или посреднической деятельности фирмы с целью анализа структуры и закономерностей динамики рынка и обоснования мероприятий по более эффективной адаптации производства, технологий и структуры фирмы, а также представляемой фирмой на рынок продукции или услуг к спросу и требованиям конечного потребителя;
- изучение общественного мнения по политическим, экономическим и социальным вопросам, включая статистический анализ получаемой информации [5].

Правовой статус лица, реализующего вышеназванные виды деятельности, закрепляется в нормативно-правовых актах определяющих трудовые права и обязанности – маркетолога. Например: в «Общероссийском классификаторе занятий «ОК 010-2014 (МСКЗ-08)» [6], «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» Утвержденный Постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37 [2], Приказ Минтруда России от 04 июня 2018 г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» [3].

Так, согласно нормам Общероссийского классификатора занятий руководители служб по рекламе и связям с общественностью планируют, управляют и координируют работу в области рекламы, по связям с общественностью и общественной информации предприятий и тех организаций или предприятий, которые предоставляют услуги, связанные с обслуживанием других предприятий и организаций.

В обязанности специалистов по рекламе и маркетингу, которые разрабатывают и координируют рекламные стратегии и кампании, находят рынки сбыта новых товаров и услуг, а также выясняют и разрабатывают маркетинговые возможности в отношении существующих товаров и услуг, входят, в частности:

- консультирование руководства и клиентов в отношении стратегий и кампаний, направленных на завоевание целевых рынков, формирования потребительской осведомленности и эффективного продвижения товаров и услуг;
- сбор и анализ данных о поведении и предпочтениях потребителей;
- объяснение и прогнозирование текущих и будущих склонностей потребителей;

- содействие расширению и развитию бизнеса посредством подготовки и реализации маркетинговых целей, стратегий и программ и др.

«Квалификационный справочник» определяет, что в обязанности начальника отдела маркетинга входит:

- разработка маркетинговой политики на предприятии на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры;
- руководство проведением исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия, соотношение спроса и предложения на аналогичные виды продукции, технических и иных потребительских качеств конкурирующей продукции;
- координация деятельности всех функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу продукции предприятия (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов, емкость рынка и т.п.);
- организация изучения мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества;
- контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции предприятия и др.

Профессиональный стандарт «Маркетолог» предполагает, например, что при осуществлении трудовой функции по разработке, внедрению и совершенствованию системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации – маркетолог реализует следующие трудовые действия:

- формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации;
- разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации;
- разработка сбытовой политики организации;
- совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации.

Профессиональный стандарт «Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности» предусматривает следующие трудовые функции:

- оперативный мониторинг товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе эксплуатации маркетинговой информационной системы;
- выполнение полевых и кабинетных исследований по сбору маркетинговой информации в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с программой маркетингового исследования;
- разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации;
- формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений;
- создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности и др. [4].

Маркетинговая деятельность является необходимым элементом в структуре функционирования организации. независимо от сферы экономической деятельности, так как продвижение товаров и услуг способствует развитию экономической системы общества.

1. «Договор о Евразийском экономическом союзе» подписан в г. Астане 29 мая 2014 г. (в ред. от 24 марта 2022 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>, 16.01.2015.
2. «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» утвержденный Постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37 // КонсультантПлюс: [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.consultant.ru/document/>, (дата обращения 31.03.2023).
3. Приказ Минтруда России от 04 июня 2018 г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 22.06.2018.
4. Приказ Минтруда России от 02 сентября 2020 г. № 557н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 24.09.2020
5. «ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» утвержден Приказом Росстандарта от 31 января 2014 г. № 14-ст // КонсультантПлюс: [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.consultant.ru/document/>, (дата обращения 30.03.2023).
6. «ОК 010-2014 (МСКЗ-08). Общероссийский классификатор занятий» принят и введен в действие Приказом Росстандарта от 12 декабря 2014 г. № 2020-ст // КонсультантПлюс: [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.consultant.ru/document/>, (дата обращения 30.03.2023).
7. Маркетинг: проблемы, решения и перспективы. Т.1: монография / кол. авторов; под науч. ред. В.В. Никишкина. – Москва: РУСАЙНС, 2022. – 440 с.
8. Райзберг Б.А. Психологическая экономика: учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 432 с.
9. Розанов Ф.И. Общая теория социальных систем: монография / Ф.И. Розанов. – М.: КНОРУС, 2016. – 458 с.
10. Экономика предприятия (организации, фирмы): учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.]; под ред. О.В. Десяткина, А.В. Быстрова. – 5-е изд., перераб и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 777 с.

Болдырева Е.Я.

Сторителлинг как инновационный PR-инструмент: как истории помогают бизнесу

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-172

Аннотация

В статье речь идет о прогрессирующем PR-инструменте сторителлинге. Раскрывается понятие сторителлинга, его суть и происхождение, разбираются основные виды приема, их особенности и отличия. Проведен анализ кейсов известных брендов Lush и IBM. Устанавливаются критерии успешного сторителлинга. Выводом к статье стали практические рекомендации к написанию эффективного сторителлера.

Ключевые слова: сторителлинг, PR-инструмент, реклама, бренд, продвижение, эффективность, продажи.

Abstract

The article deals with progressive PR-tool storitelling. The concept of storitelling, its essence and origin are uncovered, the main types of reception, their features and differences are analyzed. The analysis of cases of famous brands Lush and IBM. The criteria of successful storitelling are set. The conclusion to the article was practical recommendations for writing an effective storiteller.

Keywords: storytelling, PR tool, advertising, brand, promotion, efficiency, sales.

Digital индустрия с каждым днем набирает обороты с невероятной скоростью. Все больше и больше брендов усиленно переходят на интернет-продвижение, а рекламщики осваивают профессию SMM. Регулярно появляются новые рекламные инструменты и способы привлечения аудитории. Одним из таких мощнейших на сегодняшний день инструментов является сторителлинг. Ознакомимся поближе с понятием.

Опуская профессиональные слэнги, сторителлинг — это особая техника подачи информации через динамичные истории [1]. Если переводить термин дословно, то он будет означать «рассказ истории». Хорошая история с интересной подачей может захватить внимание аудитории и решать различные бизнес-задачи такие как: осведомление потребителей о новом продукте на рынке, привлечение внимания к бренду/ продукту; побуждение к действию (прогрев к покупке курса/ записаться на услугу/зарегистрироваться и прочее); формирование общего впечатления, отношения к продукту и бренду в целом. Метод сторителлинга сейчас активно применяется и в сфере психологии: сторителлинг помогает человеку посмотреть на свою ситуацию под другим углом, переписать личную историю, справиться с травмирующим прошлым опытом и найти собственные смыслы.

Само понятие зародилось еще в 1992 году, когда впервые было упомянуто Дэвидом Армстронгом в книге “Managing by Storytelling Around: a New Method of Leadership” («Управление путем сторителлинга: новый метод лидерства»). Как писал автор, человек легче воспринимает информацию через живое повествование, примеры, когда независимо подключается собственное воображение, что действительно подкупает и вовлекает его в процесс работы. Позднее, сторителлинг стали применять и в рекламе.

В современных реалиях пользователи не реагируют на прямые призывы приобрести товар, а об холодных звонках и надоедливых смс рассылках (которые попадут в «спам», а затем в корзину) следует и промолчать, от этих методов продвижения следует уже отказываться и использовать в крайних случаях. Тем самым, бизнес должен менять «маршрут коммуникации» с потребителями в сторону постепенного выстраивания дружеских отношений, завоевания доверия и лояльности. С этой целью отлично справляется такой маркетинговый прием как сторителлинг.

Стоит отметить, что прием основывается на не прямых продажах. В рекламном тексте может идти речь о том или ином товаре/ услуге, но в формате истории о продукте, без конкретного призыва его купить. Этот метод отличается большей эффективностью благодаря его нативности. Сегодня наиболее остро стоит вопрос выстраивания коммуникации брендов с потребителем без использования прямой рекламы, которой люди больше не доверяют.

Отличный пример удачного использования сторителлера показывает нам бренд «Lush». Отзыв необязательно должен быть банально текстовым и скучным, его можно преобразить с помощью сторителлинга. Из реальных отзывов покупателей, компания создает красивые истории, которые никого не оставят равнодушным. Таким образом бренд Lush Cosmetics выстраивает свое позиционирование на основе кейсов реальных покупателей, что вызывает доверие со стороны потенциальных клиентов.

Компания «IBM» использует сторителлинг главным образом в социальных сетях, делясь историями своих сотрудников о том, что делают и чем полезны их продукты. Они «очеловечивают» компанию, и успешно используют сторителлинг для продвижения своего бренда.

Без всяких сомнений, информационные технологии играют важную роль в развитии сторителлинга. Благодаря новейшим технологиям появляются новые способы применения продвижения посредством рассказов. Высокие технологии позволяют сочетать в себе искусство рассказывания историй с использованием разнообразных воздействующих средств: рисунков, видео, аудио и открывают миллионы возможностей для бизнесов. На сегодняшний день существует множество способов интересной подачи товара/услуги на просторах социальных сетей, что позволяет повышать уровень доверия потребителя и его заинтересованность в продукте.

В зависимости от того, как и с какой целью рассказывают историю, сторителлинг бывает: визуальный и цифровой (digital storytelling).

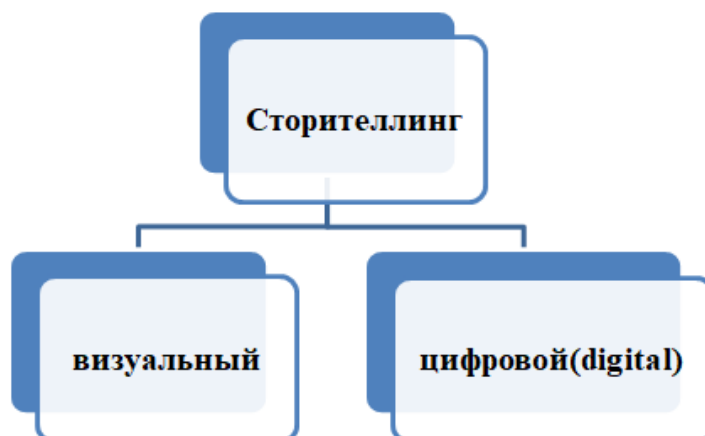


Схема 1. Виды сторителлинга.

«Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» — гласит народная мудрость. Эта поговорка отлично описывает нам суть визуального сторителлинга. Визуальный сторителлинг — это способ рассказать историю, используя видео, иллюстрацию, инфографику, анимацию, графику

В эпоху клипового мышления, потребители лучше воспринимают информацию наглядно, буквально на пальцах, поэтому востребованность данного формата будет уверенно расти. С его помощью проще транслировать мысли, объяснить свою идею.

Для маркетинговых отделов визуальный сторителлинг — это двойной удар по целевой аудитории [2]. С одной стороны, изображение может вмещать больше информации (больше смысла). С другой стороны, сторителлинг за счет своей динамичности вовлекает аудиторию и помогает ей запомнить выданную компаниями информацию благодаря связности.

Гибридные средства образца: серии Stories из статичных рекламных макетов и динамичных изображений, челенджи и флешмобы, AR-фильтры, видеоконференции, опросы, сложные коллаборации с инфлюенсерами и многое другое.

Цифровая история — это про мультимодальность. Мультимодальные тексты содержат взаимодействие и интеграцию двух или более семиотических ресурсов — или «способов» общения — для достижения коммуникативных функций в тексте [2]. Например, сайты, которые содержат аудиоклипы рядом со словами или фильмы, которые используют слова, музыку, звуковые эффекты и движущиеся изображения.

Как и в случае с традиционным сторителлингом цифровые истории вращаются вокруг выбранной темы и часто содержат конкретную точку зрения. Цифровой сторителлинг сочетает в себе искусство рассказывать истории с различными цифровыми мультимедиа, такими как изображение, аудио и видео. Почти все цифровые истории объединяют некоторую смесь цифровой графики, текста, записанного аудио повествования, видео и музыки, чтобы представить информацию на конкретную тему.

Написать хорошую историю — дело одно. Другое дело, написать историю так, чтобы она цепляла, повышала продажи и была коммуникативно эффективной для компании. Если воздержаться от субъективных оценок конечных потребителей, есть несколько компонентов, эффективность которых не подлежит сомнению и которые обеспечивают отличный опыт повествования как для читателя, так и для рассказчика. Рассмотрим их.

Хороший сторителлинг должен быть структурированным: как и любой другой текст, история должна быть грамотно и лаконично выстроена, донесено основное послание до аудитории. История должна запоминаться (эффективный сторителлинг, будь то история вдохновения, конфликта, будь то история, основанная на реальном опыте, запоминается аудитории). Не забываем про развлекательный контент: хороший сторителлинг захватывает внимание и заставляет с интересом ожидать, что будет дальше. Еще одна ключевая особенность

успешной истории- персонажи, не абстрактные, а конкретные, самые обычные люди, с которыми слушатели смогут себя идентифицировать [3].

Как написать хорошую историю? У любой истории должны быть три элемента, с этого всегда стоит начинать: придумать персонажа, сюжет и конфликт. Важно понять, о чем писать, т.е найти и зафиксировать идею. Еще до появления в голове четкого сюжета и поворота событий автор рождает мысли и образы, которые хочет поведать аудитории. Следующий и важный шаг- определение целевой аудитории, т.е до кого доносится рекламное сообщение [4]. Тут не лишним будет вспомнить, что сторителлинг- это маркетинговый инструмент, значит нужно подобрать ЦА, отработать ее по всем канонам.

Важной задачей сторителлера- сохранение баланса между вымышленным и настоящим. Чтобы легче этого добиться, можно использовать историю из жизни, после чего плавно перейти к гипотетической картине желаемого будущего.

Всего один прием, а столько возможностей открывается перед компаниями и производителями. Сторителлинг как эффективная таблетка, которая способна «очеловечить» бренд, продемонстрировать его философию, этику работы, добавить юмора, образности и глоток свежего воздуха компаниям, ускорить процесс переговоров. Прием служит инструментом для распространения и внедрения инновационных технологий/ способов и методов продвижения в сфере рекламы и бизнеса.

1. Тодорова О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент// Современные проблемы науки и образования. - 2014.-№ 4 URL <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14130>
2. Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатеchnология// Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2017 URL <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya>
3. Симмонс, А. Сторителлинг. Как использовать силу историй [Текст] / А. Симмонс; пер. А. Анвара. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 272 с.
4. Что такое сторителлинг, зачем он нужен и как написать хорошую историю // kokoc.com URL <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-storitelling-prostyimi-slovami/>
5. Васильева, О.А. Лидеры мнений как эффективный канал формирования потребительских предпочтений у поколения Z / О. А. Васильева // Тенденции развития науки и образования. – 2021. - №75 – 2. – С. 154-157. – DOI 10.18411/lj-07-202-69.

Боташева Л.С., Лайпанова М.А.
Учет затрат. Элементы учета затрат

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

doi: 10.18411/trnio-04-2023-173

Аннотация

В статье рассматриваются особенности учета затрат на производстве. Особое внимание уделено элементам учета затрат.

Ключевые слова: постоянные затраты, переменные затраты, операционные расходы, предельные затраты.

Abstract

The article discusses the features of cost accounting in production. Particular attention is paid to the elements of cost accounting.

Keywords: fixed costs, variable costs, operating costs, marginal costs.

Проще говоря, предприятия используют учет затрат как способ отслеживать свои расходы.

Зная, сколько стоит производство продуктов или оказание услуг, они могут соответствующим образом оценивать свои предложения и получать прибыль. Учет затрат

также может помочь определить области, в которых они тратят слишком много денег, и принять меры по сокращению своих расходов.

Кроме того, учет затрат можно использовать для отслеживания прибыльности отдельных продуктов или услуг. Эта информация может помочь принять решение о том, какие продукты или услуги продолжать предлагать, а какие прекратить.

Таким образом, учет затрат может быть ценным инструментом для бизнеса в управлении своими финансами и принятии стратегических решений в отношении ассортимента своей продукции.

Как финансовый контролер, вы можете извлечь большую пользу из изучения и использования методов учета затрат в своей работе.

Учет затрат — это процесс отслеживания, анализа и управления затратами, понесенными при производстве товаров и услуг. Он включает в себя классификацию, запись и обобщение расходов для принятия обоснованных решений о том, где распределять ресурсы и как контролировать операции.

Учет затрат — это форма управленческого учета, и он используется только для внутренних целей, чтобы предоставить руководству исчерпывающую информацию о затратах, необходимую им не только для управления текущими операциями, но и для планирования на будущее.

Учет затрат помогает распределять ресурсы для производства продукции или предоставления услуг.

Это включает в себя создание списков всех расходов, связанных с производством, включая компоненты, рабочую силу, накладные расходы и доставку. После того, как все расходы подсчитаны, бухгалтеры работают с менеджерами над созданием стратегии ценообразования, которая покрывает все расходы и при этом позволит компании получать прибыль. Например, компания, производящая гаджеты, может указать стоимость материалов, используемых для изготовления каждого гаджета, трудозатраты на его сборку и накладные расходы, связанные с эксплуатацией завода. Затем компании нужно будет установить цену для каждого гаджета, которая покрывает все эти расходы и принесет прибыль.

Менеджеры используют учет затрат для принятия решений о ценообразовании, ассортименте продукции и инвестиционных стратегиях.

Если компания хочет сократить расходы, она может использовать данные учета затрат, чтобы определить области, в которых можно сократить расходы. Или, если компания хочет увеличить прибыль, она может использовать данные учета затрат, чтобы найти способы увеличения доходов или снижения затрат.

Учет затрат помогает менеджерам принимать решения о том, куда направить ресурсы для повышения прибыльности.

Например, финансовый отдел может использовать учет затрат для определения себестоимости проданных товаров, накладных расходов и расходов на маркетинг. Понимая стоимость каждого вида деятельности, финансовые контролеры и менеджеры компаний могут принимать обоснованные решения о том, где сократить расходы и как установить цены на продукты.

Учет затрат — сложный процесс, но он необходим для любого бизнеса, который хочет добиться успеха.

Группа внутреннего управления использует учет затрат для определения всех постоянных и переменных затрат, связанных с производственным процессом. Затраты сначала рассматриваются индивидуально, затем входные затраты сравниваются с выходными результатами для измерения финансовых результатов.

Некоторые распространенные виды затрат, составляющие элементы учета затрат:

Постоянные затраты — это расходы, которые не зависят от объема производства или выручки от продаж. Арендная плата, аренда оборудования и страховые взносы являются хорошими примерами постоянных затрат. В то время как переменные затраты, такие как сырье

и рабочая сила, колеблются в зависимости от объема производства, постоянные затраты остаются постоянными.

Понимание постоянных затрат компании необходимо для точного расчета общих затрат. Это может помочь руководству принимать обоснованные решения о ценах на продукты и услуги и о том, где распределять ресурсы.

Переменные затраты – это затраты, которые меняются прямо пропорционально изменению объема производства. Например, если компания производит 100 гаджетов, она будет нести переменные затраты на материалы и рабочую силу, необходимые для создания этих гаджетов. Если компания производит 200 гаджетов, она будет нести в два раза больше переменных затрат.

Переменные затраты важны, потому что они позволяют отслеживать взаимосвязь между объемом производства и затратами. Эта информация имеет решающее значение в учете затрат для принятия решений о ценообразовании, уровне производства и других факторах, влияющих на итоговую прибыль компании. Понимание поведения переменных затрат может помочь лучше прогнозировать общие расходы и разрабатывать более эффективные стратегии контроля затрат.

Операционные расходы – это затраты, которые непосредственно связаны с повседневной деятельностью компании. Они могут быть фиксированными или переменными. Эксплуатационные расходы обычно делятся на три категории: прямые материалы, прямые затраты на оплату труда и накладные расходы.

Прямые материалы — это сырье, которое используется для производства продукта или услуги. Прямой труд – это труд, непосредственно связанный с производством продукта или услуги. Накладные расходы — это все другие затраты, которые необходимы для работы компании, но не связаны напрямую с производством продукта или услуги. Правильное распределение этих затрат необходимо для точной финансовой отчетности.

Прямые затраты – это затраты, которые могут быть непосредственно связаны с производством конкретного изделия. Это включает в себя материалы, рабочую силу и любые другие расходы, необходимые для производства предмета. Хотя косвенные затраты, такие как накладные расходы или маркетинг, также важно учитывать, прямые затраты часто рассматриваются как более точная мера истинной стоимости производства. Как таковые, они играют жизненно важную роль в учете затрат и принятии решений.

Косвенные затраты не связаны напрямую с производством товара или услуги, а являются расходами компании. Это может включать в себя такие вещи, как арендная плата, коммунальные услуги, страховка и консультационные услуги. Хотя косвенные затраты могут показаться небольшими расходами, они могут оказать большое влияние на прибыльность компании.

Стандартная калькуляция — это тип учета затрат, который использует заранее определенные затраты для оценки запасов и произведенной продукции. Стандартные затраты — это заложенная в бюджет сумма для производства товара или услуги в идеальных условиях эксплуатации.

Обычно он используется в производственных предприятиях, где помогает отслеживать фактические производственные затраты и сравнивать их с первоначально ожидаемыми затратами. Это называется дисперсионным анализом, разница между стандартными и фактическими числами.

Стандартная калькуляция может быть полезна для принятия управленческих решений, поскольку она может помочь определить области, в которых производственные затраты выше, чем ожидалось.

В калькуляции по видам деятельности (ABC) затраты относятся к конкретным видам деятельности, которые выполняет компания. Метод калькуляции ABC является более точным способом отнесения накладных производственных затрат к продуктам, чем традиционные методы распределения затрат.

В соответствии с ABC каждому продукту/товару назначаются производственные накладные расходы в зависимости от его конкретного потребления действий, необходимых для его производства. Этот подход обеспечивает точную оценку истинной стоимости каждого продукта/товара и, как следствие, может предоставить руководству более качественную информацию для целей ценообразования и принятия стратегических решений.

Бережливый учет — это подход к управлению финансами, основанный на принципах бережливого производства и направленный на сокращение потерь и максимизацию ценности за счет устранения действий, не добавляющих ценности, таких как ненужные накладные расходы.

Бережливый бухгалтерский учет также продвигает культуру постоянного совершенствования, в которой сотрудники имеют право выявлять и устранять неэффективность в своей работе. Например, когда бухгалтерия находит способы сэкономить время, сотрудники могут направить это дополнительное время на более продуктивные и важные задачи. Автоматизация AP — хороший инструмент для поддержки принципов бережливого учета.

Предельные затраты — это метод управленческого учета, который приписывает переменные затраты каждой единице продукции и фиксированные затраты всем вместе взятым производственным операциям.

Как объяснялось ранее, переменные затраты — это те, которые меняются в зависимости от уровня выпуска, например, сырье и рабочая сила. Постоянные затраты не меняются.

Распределяя фиксированные затраты на все единицы продукции, предельные затраты дают более четкое представление об истинных затратах на каждую единицу продукции. Эта информация полезна для принятия решений о ценообразовании, уровне производства и других факторах, влияющих на рентабельность.

Хотя предельные затраты — не единственный способ учета производственных затрат, это популярный метод из-за его простоты и полезности при принятии решений.

1. Адамова, Г.А. Проблемы организации управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости//Вестник университета, № 3, М.: ГУУ, 2018 г., с.15-19.
2. Байкина, С.Г. Учет и анализ банкротств: Учебное пособие / С.Г. Байкина. — М.: Дашков и К, 2013. — 220 с.
3. Крейнина, М.Н. Анализ финансовой деятельности предприятия для совершенствования бизнеса: учебник/М.Н. Крейнина. -М: 2018. -104 с
4. В.П. Учет и анализ банкротств / В.П. Воронин, Н.Г. Сапожникова и др. — М.: КноРус, 2011. — 224 с.
5. Протасов, А.Е. Учет и анализ накладных расходов предприятия по видам деятельности на основе метода ABC: Автореф. дис. канд. экон. наук. -Саратов, 2019. -18 с.
6. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление затратами: Учебное пособие для вузов/Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. -2-е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. -639 с.

Боташева Л.С., Казиева Р.Э.

Сущность и принципы формирования себестоимости

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

doi: 10.18411/trnio-04-2023-174

Аннотация

В данной статье проблема управления формированием себестоимости рассматривается как одна из важных предпосылок принятия обоснованных решений по организации производства и оптимизации прибыли.

Ключевые слова: себестоимость, продукция, предприятие, ликвидация, цена, расходы.

Abstract

In this article, the problem of managing the formation of costs is considered as one of the important prerequisites for making sound decisions on the organization of production and profit optimization.

Keywords: prime cost, production, enterprise, liquidation, price, expenses.

Категория затрат является одной из фундаментальных категорий в экономике предприятия. Он отражает результаты и деятельность хозяйствующего субъекта в централизованной форме. Понятие «издержки производства» отражает важнейшие экономические отношения..

С одной стороны, себестоимость представляет собой задачи простого и расширенного воспроизводства. Все расходы, понесенные в процессе производства, должны быть возмещены, иначе предприятие не сможет продолжать свою деятельность и обанкротится.

Таким образом, цены на продукты, являющиеся центральной распределительной категорией экономики, первоначально формируются на основе стоимостей. Следовательно, издержки производства являются основой экономических отношений между хозяйствующими субъектами.

Предприятие, с другой стороны, является частью, элементом более крупной системы. Как известно, каждый элемент должен соответствовать требованиям системы и наоборот. Именно через ценовые категории бизнес связан с остальной системой.

Поэтому, если цена продукции предприятия основана только на себестоимости, она может не отражать требования внешней среды. Завышение цен также может привести к ликвидации бизнеса из-за недостаточного спроса на его продукцию.

Себестоимость как экономическая категория представляет собой денежное выражение текущих затрат на производство и продажу продукции, проектов и услуг. Это оценка природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов и других затрат, используемых при производстве и реализации продукта, используемого в процессе производства.

Категории затрат имеют как количественную, так и качественную определенность. Количество сводится к количеству, отражающему текущие затраты, необходимые для обеспечения простого воспроизводства, в виде денежной суммы, определяющей возможность простого воспроизводства.

Качественная определенность означает, что стоимость отражает степень использования предприятием основных фондов и оборотных средств, то есть результаты деятельности. Эта ситуация позволяет рассматривать себестоимость как общую характеристику уровня производства и труда.

В связи с этим затраты на производство и реализацию продукта (а также выручка и прибыль) считаются конечными показателями бизнеса. Себестоимость продукции не тождественна понятию себестоимости продукции: последняя включает в себя стоимость корпоративных резервных фондов..

Затраты на производство выполняют несколько функций, а именно:

- 1) Бухгалтерский учет - Учет затрат на производство и реализацию продукции является также основой для расчета оптовых цен, прибыли, а также прибыли производства и реализации.
- 2) Контрольная - контроль за названными затратами.
- 3) Аналитическая - себестоимость служит важнейшим экономическим показателем, основываясь на котором, определяется наиболее эффективный масштаб предприятия, разрабатываются оптимальные управленческие решения, решаются вопросы осуществления капитальных вложений в те или иные инвестиционные проекты.

Себестоимость, в зависимости от места возникновения затрат в хозяйственной деятельности предприятия, делится на следующие виды:

1. Цеховая отражает затраты цеха на производство продукции – основные материалы, заработная плата рабочих, инженерно-технического персонала и служащих с учетом начислений, затраты на энергию, амортизация, расход инструмента, и прочие расходы по цеху.

2. Производственная себестоимость - к затратам цеха прибавляются общепроизводственные и общехозяйственные расходы на управление предприятием – заработная плата персонала заводоуправления, амортизация и ремонт зданий общезаводского назначения. Этот вид себестоимости включает общезаводские расходы в процентном отношении от общезаводской себестоимости, что отражает следующая формула:

$$СФЗ = СЦ Ч (1 + бзр), \text{ где}$$

- СФЗ – производственная себестоимость,
- СЦ – цеховая себестоимость,
- бзр - общезаводские расходы (в долях единицы).

3. Полная себестоимость включает все затраты не только на производство, но и реализацию продукции, т.е. к величине производственной себестоимости добавляются внепроизводственные расходы - на тару и упаковку, приобретаемую на стороне;

- транспортировку продукции, отчисления сбытовым организациям, а также непроизводственные расходы - потери от брака, порчи и недостачи материалов и готовой продукции.

Полная себестоимость связана с фабрично-заводской формулой:

$$Спол = СФЗ Ч (1 + бнпр), \text{ где}$$

- Спол - полная себестоимость,
- бнпр - непроизводственные расходы (также в долях единицы).

В соответствии с целями планирования, учета, анализа и т.п. величину себестоимости рассчитывают по валовой, товарной, реализованной продукции.

В соответствии с различными уровнями В расчете есть индивидуальная средняя стоимость и средняя отраслевая стоимость. Первый относится к затратам отдельного предприятия, определяемым некоторыми специфическими внешними экологическими характеристиками внешней и внутренней среды этого хозяйствующего субъекта. Такие затраты отражают индивидуальные затраты и условия производства конкретной фирмы.

Во-вторых, это средневзвешенное значение общей стоимости отрасли. Под действием закона стоимости она стремится к величине общественно необходимых затрат труда (ОНЗТ). На основе средних отраслевых издержек, отражающих средние отраслевые издержки общества, отраслевой рынок формирует цену. С управленческой позиции можно также выделить в качестве самостоятельных видов:

- расчетная себестоимость применяется при составлении технико-экономических обоснований инновационных мероприятий во внедрению в производство достижений научно-технического прогресса;
- плановую себестоимость, рассчитываемую на стадии планирования. В ее состав входят затраты, необходимые для предприятия на имеющемся технико-технологическом и организационном уровне. Этот вид определяется с помощью нормативного метода;
- отчетная себестоимость определяется по истечению планового периода по фактическим затратам. Сравнение отчетной себестоимости с плановой служит контрольным целям и позволяет выявить ухудшение либо улучшение работы предприятия, степень реализации намеченных плановых заданий.

Издержки производства тесно связаны с такими показателями промышленного производства, как прибыль, рентабельность и цены на продукцию.

Поэтому снижение себестоимости (индивидуальной) обуславливает увеличение объема и нормы прибыли хозяйствующего субъекта, расширяет возможности расширенного воспроизводства и дальнейшего развития предприятия. Фирма получает больше возможностей для решения социальных проблем трудового коллектива, что положительно влияет на производительность и эффективность труда.

Поэтому уровень затрат и его динамические изменения являются одним из основных факторов, изменяющих рентабельность и прибыльность предприятий. Если предприятие за счет более низкой индивидуальной себестоимости имеет значительную маржу при продаже продукции, это означает, что у него имеется большой «запас прочности», значительные резервы повышения конкурентоспособности, роста объема продаж и доли рынка; оно сильнее конкурентов, его позиции устойчивее.

Если отдельные затраты бизнеса начнут превышать средние по отрасли, то все пойдет в обратную сторону. Все экономические показатели - прибыль, рентабельность, капитализация - стали снижаться из-за отрицательной разницы между ценами реализации и себестоимостью. В этом случае необходимы экстренные меры по снижению себестоимости, т.к. если предприятие не располагает значительными резервами, и такие «ножницы цен» - не разовое явление, то финансовое состояние резко ухудшается и возникает угроза банкротства.

Таким образом, мы видно, что себестоимость предприятия играет решающую роль в формировании других важных экономических показателей эффективности производства

1. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия.- М.: Финансы и статистика, 2016.
2. Грузинов В.П. Экономика предприятия (предпринимательская): Учебник для вузов.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
3. Зайцев Н.Л. Экономика организации: Учебник для вузов.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Экзамен, 2018.
4. Коуз Р. Фирма, рынок и право.- М.: Дело Лтд., 2019.
5. Лузан С. Регулирование и управление предприятиями с государственным участием // Вопросы экономики.- 2015.- №9.- С. 35-43.

Быков Е.Ю.

Стратегии управления персоналом на предприятиях

*Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-175

Аннотация

В условиях современного развития актуальным становится внедрение современных форм управления персоналом, что позволяет повысить социально-экономическую эффективность различных организаций. Вопрос управления персоналом очень важен.

Ключевые слова: управление, персонал, методы управления, функции, компания, цели, взаимодействие.

Abstract

In the conditions of modern development, the introduction of modern forms of personnel management becomes relevant, which makes it possible to increase the socioeconomic efficiency of various organizations. The issue of personnel management is very important.

Keywords: management, personnel, management methods, functions, company, goals, interaction.

В настоящее время управление персоналом является одной из ключевых функций в любом бизнесе. Успех компании зависит от эффективности управления персоналом. Хорошо спроектированная и реализованная стратегия управления персоналом может привести к повышению производительности, сокращению затрат и улучшению качества продукции или услуг.

Однако, каждое предприятие имеет свои уникальные особенности, которые должны учитываться при разработке стратегии управления персоналом. Стратегия управления персоналом должна соответствовать миссии, целям и стратегии компании, а также учитывать потребности и ожидания персонала.

Управление персоналом является одной из ключевых функций любого предприятия. Ведение бизнеса невозможно без эффективной работы сотрудников, поэтому стратегии управления персоналом играют важную роль в достижении целей предприятия и увеличении его прибыльности.

Одной из основных стратегий управления персоналом является стратегия привлечения и подбора квалифицированных кадров. Эта стратегия направлена на привлечение и наем сотрудников, которые обладают необходимыми навыками и опытом для выполнения поставленных задач. Для этого могут использоваться различные методы и инструменты, такие как рекламные кампании, использование профессиональных сетей и поисковых систем, а также участие в специализированных выставках и конференциях.

Еще одной важной стратегией является развитие и обучение персонала. Эта стратегия направлена на повышение квалификации сотрудников, обеспечение им необходимых знаний и навыков для выполнения своих обязанностей, а также на развитие их потенциала и возможностей для роста внутри компании. Для этого можно использовать различные методы обучения и развития, такие как тренинги, семинары, курсы повышения квалификации, менторинг и др.

Еще одной важной стратегией является создание и поддержание положительной корпоративной культуры. Эта стратегия направлена на создание благоприятной рабочей среды, установление положительных отношений между сотрудниками, развитие взаимодействия и коммуникации, а также на поощрение лояльности и мотивации персонала. Для этого можно использовать различные методы, такие как организация корпоративных мероприятий, установление прозрачной системы вознаграждения и стимулирования, а также создание условий для профессионального и личностного роста сотрудников.

Управление персоналом является одним из ключевых элементов стратегического управления любой организацией. В большинстве компаний управление персоналом осуществляется не в рамках четко определенной системы, а в определенном контексте. В то же время все компании стремятся организовать управление персоналом, выявить недостатки используемых методов и систем и устранить их. Процесс анализа и оценки качества управления персоналом служит этой цели.

Метод управления - это способ воздействия на отдельных сотрудников и трудовой коллектив в целом, который необходим для достижения целей компании (предприятия, организации). Успех и продолжительность работы компании на рынке зависят от степени организации управленческой деятельности компании.

В последнее время понятие "управление персоналом" используется для отражения функций управления (включая развитие персонала, обучение, безопасность и увольнение). Управление персоналом - это вид деятельности по управлению персоналом, который направлен на достижение целей организации путем использования труда, опыта и талантов этих людей, принимая во внимание их удовлетворенность своей работой. Управление как целенаправленная и единая деятельность человеческого труда существует с древних времен. Исторически форма, метод и содержание этой деятельности менялись, но в то же время ее основные компоненты всегда сохранялись в той или иной форме. Необходимо поставить цель, определить, на результаты которых следует направлять усилия людей, необходимо координировать их действия, распределять определенные виды деятельности между сотрудниками и комбинировать эти действия для достижения результатов, на которые следует направлять усилия людей.

Следует отметить, что существующие функции управления персоналом очень тесно взаимодействуют друг с другом. В то же время они вместе образуют специфическую систему, которая работает с людьми, в которой изменения, происходящие в рамках каждой из этих функций, приводят к необходимости изменения всех других существующих функциональных задач, чтобы

Стратегия управления персоналом - это основное направление деятельности организации по формированию профессионального, конкурентоспособного, ответственного и

сплоченного персонала. Подразумевается, что такой коллектив помогает достигать долгосрочных целей и следует общей концепции (стратегии) корпоративного развития. Стратегия управления персоналом имеет две основные характеристики. Первый - долгосрочный. Стратегии, предполагающие развитие и изменение психологических установок, мотиваций, всей структуры персонала и даже самой системы управления персоналом, не могут быть реализованы за короткий промежуток времени. Вторая особенность заключается в том, что она тесно связана с общей стратегией компании (концепцией развития), учитывающей факторы внешней и внутренней среды. Смена последнего неизбежно будет означать изменение или даже перестановку в корпоративной стратегии, и необходимо внести соответствующие коррективы в численность и структуру персонала, их квалификацию, навыки, стили и методы работы [2]. Стратегия удержания персонала. Эта стратегия направлена на создание условий, которые будут способствовать удержанию ключевых сотрудников. Она включает различные меры, такие как увеличение заработной платы, бонусы, льготы, продвижение по карьерной лестнице, установление рабочих графиков и т.д. Цель этой стратегии - сохранить опытных и талантливых сотрудников, которые могут значительно повлиять на успех компании.

Существует четыре типа организационных стратегий, которые тесно связаны с современными стратегиями управления персоналом:

1. Предпринимательская стратегия. Это типичная компания, занимающаяся новым видом деятельности, в центре внимания которой находится удовлетворение всех требований клиентов, без тщательного обдумывания последствий.
2. Стратегия динамичного роста. В этом случае степень риска значительно снижается, что закладывает фундамент для будущего компании. Все решения принимаются на основе сравнения целей и средств, необходимых для их достижения. Характеристики стратегии управления следующие: отбор и расстановка персонала направлена на поиск гибких и лояльных сотрудников, которые готовы идти на риск, когда это необходимо; справедливая компенсация; оценка на основе четко определенных критериев;
3. Стратегия получения прибыли. Его целью является поддержание существующего уровня прибыли предприятия. В соответствии с представлениями руководства о целесообразности, план организации является строгим.
4. Стратегия ликвидации. Продавайте активы компании, чтобы устранить убытки. В будущем возможно сокращение числа сотрудников, поскольку ожидается дальнейшее падение прибыли [2].

Большинство компаний проводят управление персоналом не в рамках четкой системы, а в контексте. В то же время все компании стремятся организовать управление персоналом, выявить недостатки используемых методов и систем и устранить их. Процесс анализа и оценки качества управления персоналом служит этой цели. Эффективность анализа качества управления персоналом зависит от степени упорядоченности и систематизации. Для того чтобы анализ качества управления человеческими ресурсами был эффективным, сначала необходимо установить его цели и задачи. В то же время методы и процедуры анализа должны быть выбраны в соответствии с поставленными целями. Управление персоналом на предприятиях является важной составляющей бизнеса и может оказать огромное влияние на успешность предприятия.

1. Н. А. Абдуллаев Экологическая парадигма современного экономического развития в сфере окр. среды. Синергетический подход. – 2017. – С. 350
2. Ю. И. Горшков Основы медицинских знаний и здорового образа жизни- Учебное пособие – Арзамас: АГПИ, 2012 – 284 с.

Быков Е.Ю.**Типы бухгалтерских документов***Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-176

Аннотация

Классификация документов в бухгалтерском учете заключается в структурировании всех входящих, исходящих и внутренних форм организации на основе определенных характеристик

Ключевые слова: бухгалтерские документы, первичная документация, бухгалтерский учет, документооборот.

Abstract

The classification of documents in accounting consists in structuring all incoming, outgoing and internal forms of an organization based on certain characteristics.

Keywords: accounting documents, primary documentation, accounting, document management.

Бухгалтерия является важной составляющей любого предприятия. Она отвечает за финансовые операции, включая учет доходов и расходов, подготовку отчетов и налоговую отчетность. В этой статье мы рассмотрим основные типы бухгалтерских документов, которые используются в бухгалтерии.

Как бизнес-владелец, вы сталкиваетесь с огромным количеством бухгалтерских документов, которые необходимо подготовить и представить в государственные органы для налоговой отчетности и управления финансами вашей компании. Отчетность должна быть точной и своевременной, чтобы избежать штрафов и проблем с налоговой службой. Для подготовки правильных бухгалтерских документов необходимо знать, какие типы документов используются в бухгалтерии и для чего они предназначены. Бухгалтерские документы – это ключевой элемент бизнеса, который используется для отслеживания финансовых операций, учета налогов и обеспечения правильного расчета доходов и расходов. Бухгалтерские документы помогают бизнесу соблюдать законодательство, управлять своими финансами и принимать важные финансовые решения.

Главной целью бухгалтерских документов является отслеживание финансовых операций компании. Они используются для регистрации всех финансовых транзакций, таких как продажи, покупки, зарплаты, аренда и т.д. Бухгалтерские документы также используются для учета налогов и расчета прибыли и убытков компании.

Бухгалтерские документы также позволяют бизнесу анализировать свои финансовые данные и принимать решения на основе этих данных. Например, если компания видит, что она тратит слишком много денег на определенный вид расходов, она может принять решение сократить эти расходы. Существует множество различных бухгалтерских документов, каждый из которых имеет свою специфику и назначение. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

Бухгалтерская книга. Бухгалтерская книга является основным документом, в котором фиксируются все финансовые операции компании. Она содержит информацию о доходах, расходах, активах и обязательствах компании, а также о суммах налогов, уплаченных в бюджет.

Акты. Акты используются для подтверждения фактов, связанных с финансовыми операциями компании. Например, акт сверки банковского счета подтверждает баланс на счете, а акт о приемке товара подтверждает факт поставки товара.

Накладные. Накладные используются для отслеживания движения товаров или услуг в компании. Например, товарная накладная содержит информацию о количестве и стоимости товаров, которые были отправлены или получены компанией.

Счета-фактуры. Счета-фактуры выставляются при продаже товаров или услуг и содержат информацию о количестве и стоимости товаров или услуг, а также о налогах, которые должны быть уплачены.

Расходные ордера. Расходные ордера используются для учета расходов компании. Они содержат информацию о том, на что были потрачены деньги компании, и для каких целей.

Платежные документы. Платежные документы используются для отслеживания платежей, сделанных компанией. Например, они могут содержать информацию о том, кому был сделан платеж, за что и в каком размере.

В бухгалтерском учете используются различные документы, которые помогают бизнесу отслеживать свои финансы и соблюдать законодательство.

В таблице 1 перечислены определенные типы бухгалтерских документов, сгруппированных по этому стандарту.

Таблица 1

Классификация бухгалтерских документов.

<i>Признак</i>	<i>Вид</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Примеры</i>
<i>По назначению</i>	<i>Распорядительные</i>	<i>Содержат распоряжение на осуществление какого-либо факта хозяйственной деятельности, не являются подтверждением совершения такого факта, не служат основанием для отражения такого факта в учете</i>	<i>Доверенность, чек на получение денег с р\счета, др.</i>
	<i>Оправдательные документы в бухгалтерском учете</i>	<i>Подтверждают совершение хозяйственной операции, составляются лицом с полномочиями в момент ее совершения</i>	<i>Акты, товарные накладные, ПКО, др.</i>
	<i>Комбинированные</i>	<i>Сочетание признаков распорядительного и оправдательного в одном, что позволяет сократить документооборот</i>	<i>РКО, лимитнозаборная карта, др.</i>
<i>По месту составления</i>	<i>Внутренние</i>	<i>Оформляются для отражения фактов хозяйственной деятельности внутри организации</i>	<i>Кассовые ордера, платежные ведомости, др.</i>
	<i>Внешние</i>	<i>Для направления в другие организации или поступающие из других организаций</i>	<i>Акты, счетафактуры, товарные накладные, др.</i>
<i>По степени обобщения информации</i>	<i>Первичные — это документы первого уровня в бухгалтерском учете</i>	<i>Составляются в момент осуществления хозяйственной операции или сразу по ее окончании</i>	<i>Акты, накладные</i>
	<i>Сводные</i>	<i>Объединяют в себе информацию по фактам хозяйственной деятельности, оформленным первичкой</i>	<i>Кассовый и авансовый отчеты, др.</i>
<i>По количеству операций</i>	<i>Разовые</i>	<i>Содержат информацию об одной или нескольких операциях, совершаемых в одно время</i>	<i>ТТН, ПКО</i>
	<i>Накопительные</i>	<i>Отражают информацию о нескольких операциях, время совершения которых не совпадает</i>	<i>Лимитнозаборная карта</i>

<i>По способу заполнения</i>	<i>Вручную</i>	<i>Составленные от руки</i>	<i>Доверенность, акт</i>
<i>Автоматизировано</i>		<i>С помощью программ</i>	<i>Доверенность, акт</i>
<i>Закрывающие</i>		<i>Совокупность официальных бумаг, подтверждающих сторонами факт совершения операции и обязательность ее отражения в учете</i>	<i>Акт, накладная, ТТН, др. первичный, счетфактура (при наличии)</i>

Следует помнить, что в соответствии с определенными критериями группы, показанные в таблице, могут иметь уровни подкатегорий. Например, весь контент, объединенный на основе "по предварительной записи", дополнительно присваивается:

- **Материалы:** отражают движение товаров и материалов;
- **Расчеты:** Расчеты с контрагентами;
- **Наличные:** Используйте наличные и безналичные платежи для регистрации фактов экономической деятельности.

Приведенный пример классификации знаком многим бухгалтерам и юридически не установлен. Кроме того, бухгалтерская служба каждого предприятия может разработать свою собственную классификацию с необходимым количеством подклассов для упрощения своей работы.

Наиболее важной частью всей схемы операций записи является указание порядка и времени составления, а также прохождения отдельных документов и определение функций каждого исполнителя при составлении, обработке и исполнении документов.

Организация документооборота означает разработку основных документов, отличных от унифицированных документов, формы учетных регистров и форм отчетов, установление графиков документооборота, определение механизмов приема бухгалтерских документов, а также выбор систем обработки документов и последовательности хранения.

Для обеспечения необходимого качества бухгалтерского учета компания ведет документооборот в соответствии с графиком документооборота. Компания самостоятельно разрабатывает и утверждает процесс документооборота.

Документооборот, скорректированный в соответствии с графиком, позволяет:

1. Для каждого основного документа увеличьте скорость преодоления пути от его регистрации и проверки до окончательной обработки
2. Способствовать измерению и распределению бухгалтерской работы в течение всего рабочего времени;
3. Повышение производительности труда бухгалтеров;
4. Усилить контрольную функцию бухгалтерского учета;
5. Повысить уровень механизации и автоматизации бухгалтерской работы;
6. Повысьте эффективность всей бухгалтерской работы организации.

Схема документооборота и учетная политика подготавливаются главным бухгалтером. После этого оно должно быть одобрено ответственным лицом, а затем приведено в исполнение. Все ответственные сотрудники готовят и представляют основные документы в соответствии с утвержденным графиком.

Бухгалтерские документы представляют собой основу для учета финансовых операций в любой компании. Они необходимы для подтверждения факта проведения операции, определения ее характера и правильного отражения в бухгалтерском учете.

1. Н. А. Абдуллаев Экологическая парадигма современного экономического развития в сфере окр. среды. Синергетический подход. – 2017. – С. 350
2. Ю. И. Горшков Основы медицинских знаний и здорового образа жизни- Учебное пособие – Арзамас: АГПИ, 2012 – 284 с.

Гарифуллин Р.Ф., Миннибаев А.И., Разакова А.И.
Роль коммуникации в автоматизации управления предприятием

*Казанский Государственный Энергетический Университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-177

Научный руководитель: Нигматзянова Л.Р.

Аннотация

В данной статье рассматривается тема роли коммуникаций в автоматизации управления предприятием, а также влияние коммуникаций на управление сотрудниками. Значимость данной темы связана с опытом как иностранных, так и российских менеджеров. Это обусловлено тем, что эффективное развитие коммуникаций внутри организации является одним из важнейших факторов в управлении.

Ключевые слова: менеджмент, организация, корпоративные коммуникации, бизнес, коммуникационные барьеры.

Abstract

This article discusses the topic of the role of communications in the automation of enterprise management, as well as the impact of communications on employee management. The significance of this topic is related to the experience of both foreign and Russian managers. This is due to the fact that the effective development of communications within the organization is one of the most important factors in management.

Keywords: management, organization, corporate communications, business, communication barriers.

Коммуникация (обмен информацией) играет важную роль в автоматизации управления предприятием. Автоматизация позволяет сократить временные и трудовые затраты на выполнение операций, оптимизировать процессы и улучшить качество продукции или услуг. Однако, для того чтобы система автоматизации работала эффективно, необходимо обеспечивать ее правильную интеграцию и взаимодействие с другими системами в предприятии, а также обеспечивать правильный и своевременный обмен информацией между компонентами системы автоматизации. В этом случае коммуникация играет ключевую роль. Необходимо обеспечить своевременный обмен информацией между исполнителями различных задач и системами автоматизации, чтобы избежать ошибок, ускорить выполнение работы и повысить эффективность. Для этого используются различные средства коммуникации, такие как электронная почта, системы управления проектами, мессенджеры, социальные сети и другие.

Кроме того, коммуникация является важным фактором в организации работы коллектива. Любые изменения в процессах автоматизации необходимо обсуждать с сотрудниками, объяснять им их необходимость и показывать, как правильно работать с новыми системами. Таким образом, правильная коммуникация позволяет свести к минимуму возможные проблемы и неэффективность в работе при автоматизации процессов управления.

В контексте данной работы рассматриваются коммуникации, осуществляемые внутри компании, которые выполняют одну из важнейших ее функций в жизни и направлены на организацию рабочего процесса сотрудников [1].

В управлении организацией можно выделить следующие основные функции внутренней коммуникации [2]:

1. Организация внутрифирменной сплоченности. Эта задача предполагает важность создания общей бизнес-среды, в которой каждый сотрудник чувствует свою причастность к корпоративной культуре;
2. Формирование, поддержка и последующее развитие корпоративной культуры, включающей ценности и нормы внутри организации. Корпоративные

- ценности лежат в основе культуры организации и их должен знать каждый сотрудник;
3. Информационное обеспечение очень важно, так как невозможно определить эффективные управленческие решения без анализа информации, полученной от сотрудников, выступающих в роли экспертов, знающих ситуацию изнутри. Полученная от них более подробная информация важна для правильности принимаемых решений и оптимизации внутренней коммуникации;
 4. Прозрачность рабочего процесса. Задача заключается в формировании внутренней коммуникации так, чтобы сотрудники располагали необходимой информацией о финансовых результатах своей работы;
 5. Контроль делового общения и проблемы управления. Постоянный мониторинг, анализ коммуникаций, общение и встречи с персоналом помогут руководству не только избежать возможного скорого кризиса в компании, но и раскрыть потенциал некоторых сотрудников, который можно использовать для продвижения компании и достижения целей;
 6. Концентрирование сил сотрудников для выполнения задач компании. Вовлечение персонала в решение корпоративных задач также является управленческой задачей.

На основании ряда исследований установлено, что руководитель любой организации в среднем тратит $\frac{3}{4}$ рабочего времени на общение с сотрудниками и клиентами, что составляет около 80% всей работы. Таким образом, эффективность коммуникаций в данном случае напрямую зависит от эффективности результатов деятельности организации. [3].

Как было упомянуто выше существует два вида коммуникаций внутри организации: внешние и внутренние. Также, внутренние коммуникации делятся на:

1. Горизонтальные коммуникации, которые связывают равноправные элементы организации, формируя между ними отношения кооперации и координации;
2. Вертикальные, которые передают информацию от руководства к нижестоящим сотрудникам;
3. Неформальные, которые основываются на личных, вне служебных, нерегламентированных отношениях;
4. Коммуникации, которые происходят между руководителями и подчиненными.

Также, стоит отметить тот факт, что на эффективность коммуникаций внутри организации влияют различные факторы, которые также делятся подгруппы: индивидуальные и организационные. Первая подгруппа включает все факторы, относящиеся к сотрудникам, их способностью и мотивацией участвовать в любом обмене информацией, а также в достижении поставленных целей. Примерами таких факторов может являться улучшение коммуникационных навыков сотрудников организации или выбор наиболее подходящих каналов коммуникации. Ко второй же подгруппе относятся факторы, связанные со структурой и процессами организации. Примером в данном случае является распространение информационных материалов. Учет вышеперечисленных факторов, согласно исследованиям, может значительно повысить взаимопонимание между членами коллектива, в результате чего будет налажена командная работа.

Управление коммуникациями в организации должно носить системный характер и учитывать следующие цели:

1. Влияние на поведение персонала при достижении организационных целей;
2. Осуществление информационной поддержки процессов принятия управленческих и кадровых решений в организации;
3. Выявление коммуникативных барьеров и их устранение;
4. Формирование корпоративной культуры;
5. Создание сплоченного коллектива и эффективная мотивация сотрудников организации.

Как было сказано выше, существуют коммуникационные барьеры, которые могут влиять на снижение эффективности коммуникации внутри организации:

1. Различие в восприятии, которое чаще всего строится на положении сотрудника и собственном прошлом опыте;
2. Семантический барьер, связанный с использованием жаргона или диалекта, который является неформальным при ведении переписки между отделами;
3. Субъективная оценка;
4. Отсутствие навыков коммуникации.

В наши дни наиболее важными коммуникационными барьерами являются индивидуальные и организационные, которые необходимо минимизировать для повышения уровня компетентности сотрудников.

Значимость коммуникаций в организации быстро возрастает в связи с постоянными изменениями внешней среды и быстрым совершенствованием информационных технологий. Таким образом, для повышения конкурентоспособности в современном мире необходима эффективная коммуникация внутри организации.

Выстроенная внутренняя коммуникация обеспечивает сотрудников утвержденной коллективом информацией, предоставленной руководителями организации. Сотрудники воспринимают информацию под влиянием внутренней коммуникации, к ней легче привязаться и принять как образцы общепринятого поведения. Формируется развитие положительных установок, мотивации и стимулирование сотрудников к совместной работе.

Коммуникации играют важную роль в современном бизнесе, и от того, насколько хорошо они построены, зависят дополнительные возможности каждого сотрудника для общения с коллегами и руководством.

1. Демина, И.Н. Место и роль коммуникации в бизнес-процессах // Известия БГУ, 2012. – №2. – с. 202-206.
2. Бодырева, Н.В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник евразийской науки, 2018. – №1. – 3 с.
3. Сычанина, С. Н. Основы управления персоналом: учебник / С. Н. Сычанина, Р. А. Шичих. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2020. – 208 с.

Гранатырь А.И.

Порядок взимания таможенных платежей в условиях функционирования ЕАЭС

*Калужский Государственный Университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, Калуга)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-178

Научный руководитель: Гомон И.В.

Аннотация

Уплата таможенных платежей является важнейшей процедурой в функционировании Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Таможенные платежи должны собираться и распределяться правильно для обеспечения бесперебойной экономической деятельности в рамках ЕАЭС. Этот документ определяет правила и порядок сбора и распределения таможенных платежей в соответствии со стандартами ЕАЭС. В нем также объясняется, как эти процессы должны реализовываться, отслеживаться и регистрироваться. Так же в нем содержится информация о том, как поступать с несоответствиями, которые могут возникнуть между суммами платежей, собираемыми и распределяемыми в пределах ЕАЭС в любой момент времени.

Ключевые слова: таможенные пошлины, таможенные платежи, страны ЕАЭС, государства-члены, распределение, таможенные органы.

Abstract

The payment of customs duties is the most important procedure in the functioning of the Eurasian Economic Union (EAEU). Customs payments should be collected and distributed correctly to ensure uninterrupted economic activity within the EAEU. This document defines the rules and procedure for collecting and distributing customs payments in accordance with the EAEU standards. It also explains how these processes should be implemented, monitored and logged. It also contains information on how to deal with inconsistencies that may arise between the amounts of payments collected and distributed within the EAEU at any time.

Keywords: customs duties, customs payments, EAEU countries, member states, distribution, customs authorities.

Таможенные платежи — это плата, взимаемая с международных трейдеров при перевозке товаров через границу. В зависимости от вида товаров, цели их отправки и стран, о которых идет речь, таможенные платежи различаются. Они могут включать дополнительные налоги и пошлины за каждый товар, ввозимый в страну-получатель, которые должны быть уплачены импортером до таможенной очистки товаров.

Существует множество вариантов оплаты для управления этими транзакциями. В зависимости от типа товаров и/или услуг таможенные платежи могут производиться в различных валютах, в виде депозитов в натуральной форме, авансовых платежей и других методов, таких как банковские переводы или электронные платежные системы, такие как PayPal, или кредитные карты.

Таможенные органы играют важную роль в сборе таможенных платежей. Они несут ответственность за обеспечение надлежащего сбора и учета налогов, взимаемых с импорта, экспорта и других товаров, пересекающих их границы. Чтобы облегчить этот процесс, ФТС внедрила правила и процедуры, касающиеся сбора таможенных платежей. Основные правила и процедуры изложены ФЗ "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.08.2018 N 289-ФЗ.

Сбор налогов с иностранных лиц, въезжающих на территорию Евразийского экономического союза (ЕАЭС), является важным мероприятием для поддержания фискальной стабильности и сплоченности его стран-членов. ЕАЭС состоит из Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России и регулирует торговлю между ними.

Для обеспечения уплаты иностранными лицами необходимых налогов при осуществлении ими деятельности на территории ЕАЭС установлены правила, связанные с процессом их взимания. Это включает в себя указание, какие виды налогов применимы к иностранным лицам в зависимости от того, занимаются ли они коммерческой или другой деятельностью в стране-члене. Кроме того, существуют различные формы, которые необходимо заполнить для соблюдения правил налогообложения, чтобы обеспечить надлежащую уплату всех пошлин и сборов.

Согласно статье 51 Таможенного кодекса ЕАЭС, пошлины и налоги подлежат уплате в отношении товаров, перемещаемых через границу ЕАЭС, а также в отношении иных товаров в случаях, предусмотренных Таможенным кодексом ЕАЭС.

Уплата пошлин, налогов в отношении товаров, перемещаемых через границу ЕАЭС, производится в соответствии с условиями выбранной декларантом таможенной процедуры.

В соответствии со статьей 52(1) Таможенного кодекса ЕАЭС исчисление пошлин, налогов должно производиться плательщиком пошлин, налогов самостоятельно, за исключением случаев, предусмотренных статьей 52(2) Таможенного кодекса ЕАЭС, которые осуществляются таможенными органами.

Сведения об исчислении пошлин, налогов должны быть включены в декларацию на товары, в таможенную расписку или в иные таможенные документы, предусмотренные Таможенным кодексом ЕАЭС или Евразийской экономической комиссией.

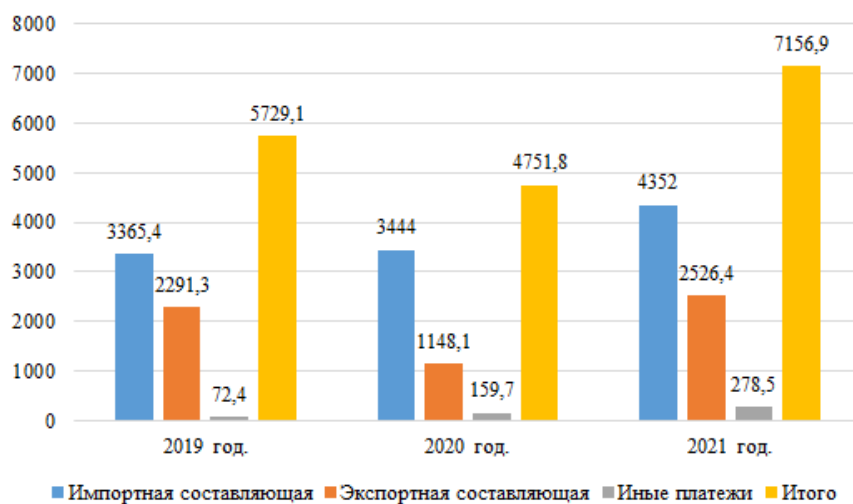


Рисунок 1. Динамика и структура перечислений администрируемых ФТС России доходов федерального бюджета в 2019 – 2021 годах.

По итогам 2021 года сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составила 7 156,9 млрд. рублей, что на 1427,8 млрд. рублей больше по сравнению с 2019 годом и на 2 405,1 млрд. рублей или на 50,6% больше по сравнению с 2020 годом.

В условиях стремительного роста международной торговли таможенные органы сталкиваются с огромной проблемой своевременного сбора таможенных платежей. Существует несколько проблем, связанных с обеспечением сбора платежей, начиная от трудностей сбора платежей из определенных стран и заканчивая отсутствием таможенного контроля за виртуальными транзакциями.

Проблемой для таможенных администраций в области управления таможенными платежами является неполное применение методов определения размера необходимого обеспечения пошлин и налогов. В общем случае размер обеспечения определяется исходя из размера пошлин и налогов, подлежащих уплате в случае помещения товаров под таможенные процедуры или для экспорта без применения преференциальных мер и/или освобождения от уплаты пошлин. Однако на практике часто невозможно определить точную сумму требуемого обеспечения из-за отсутствия конкретной информации о товарах.

Кроме того, одним из основных недостатков действующей интегрированной системы таможенного контроля является отсутствие технической согласованности при взаимодействии таможенных и налоговых органов.

В связи с этим участники внешней торговли имеют возможность уклоняться от таможенных пошлин и внутренних налогов, предусмотренных национальным законодательством.

Количество дел, возбуждаемых таможенными органами по линии административного производства (АП), в 2022 году выросло на 6% по сравнению с предыдущим годом, до 146 936 дел, причем половина из них приходится на юридических лиц.

В 2022 году выросло количество дел, возбуждаемых таможенными органами по линии административного производства. По результатам прошлого года таможенниками возбуждено 146 936 дел, что почти на 6% превышает показатели 2021 года. При этом 50% дел приходится на юридических лиц.

Предметами АП в 2022 году чаще всего являлись валюта, табак, продукция растительного происхождения, а также древесина и изделия из нее. Наибольшее количество дел об АП – 85906 – возбуждено в связи с нарушениями, предусмотренными главой 16 КоАП РФ. Из них по фактам недекларирования либо недостоверного декларирования товаров – 25 190 дел, а по фактам несоблюдения запретов и ограничений – 14 464 дела.

Кроме того, таможенными органами возбуждено 42 491 дело за непредставление или несвоевременное представление в таможенный орган статистической формы учета перемещения товаров и 9 256 дел – за нарушение валютного законодательства Российской Федерации и актов органов валютного регулирования.

Таким образом таможенные платежи являются важной частью глобального торгового процесса. Они требуют связи между торговыми партнерами и часто сопряжены со значительными затратами.

Федеральная таможенная служба России приняла ряд инициатив по совершенствованию технологии обработки и учета таможенных платежей. Благодаря достижениям в области технологий и цифровизации эффективность и точность использования таких технологий могут быть значительно улучшены. Это позволит более эффективно обрабатывать таможенные платежи, снизить затраты и обеспечить лучший пользовательский опыт для клиентов.

Кроме того, недавно внедренные технологии могут обеспечить повышенную безопасность, надежность, точность и своевременную обработку информации об учетной записи. Это поможет убедиться, что все заинтересованные стороны удовлетворены процессом, осуществляемым Федеральной таможенной службой России. Использование передовых технологий в платежно-расчетных системах является шагом на пути к модернизации российской таможенной системы, что, в свою очередь, способствует экономическому росту.

В рамках упрощения и улучшения условий ведения бизнеса в 2023 году ФТС России продолжила реализацию мероприятий, позволяющих участникам ВЭД использовать технологию централизованного учета таможенных и иных платежей с использованием единого ресурса - лицевого счета плательщика таможенных и налоговых платежей.

Принимая во внимание одну из целей Стратегии - переход от электронной таможни к "умной" таможне - реализация предусмотренных планом мер направлена на цифровизацию и полную автоматизацию таможенных операций, таких как

- внедрение искусственного интеллекта;
- применение международных электронных систем верификации и сертификации происхождения товаров; автоматизацию процесса контроля сведений о перемещаемых товарах и о внешнеторговых сделках.

Эти цифровые решения могут помочь компаниям получать информацию о своих таможенных сборах в режиме реального времени, анализировать платежные данные на предмет возможных схем уклонения от уплаты налогов, автоматизировать работу с документами и многое другое. Это может сэкономить время и деньги для бизнеса за счет устранения ручных процессов, а также уменьшения количества ошибок.

1. Андреева А. Р. К вопросу взимания таможенных пошлин / А. Р. Андреева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5-1 (63). – С. 21-23.
2. Варушева Л. А. Единый таможенный тариф ЕАЭС: сущность, цели, структура, принципы построения / Л. А. Варушева, Ш. Н. Гатиятулин, А. В. Орлов // Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. – 2019. № 2 (17). – С. 224-229.
3. Гокинаева И.А. Основы таможенного дела. Часть II. Таможенные операции: учеб. пособие / И.А. Гокинаева. – С.– Пб: Университет ИТМО, 2016. – 85 с.
4. О. М. Петрушина, Т. С. Соколова, А. И. Меркулова Практика взимания и обеспечения уплаты таможенных платежей в России // ЕГИ. 2020. №3 (29).
5. Гончаренко Л. И. Формы и инструменты таможенных платежей в системе инструментов налогового регулирования экономики / Л. И. Гончаренко, Е. Ю. Сидорова // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – Т. 14. – № 5. – С. 126-138.
6. Захарова А.А., Кидяев Н.В., Петрушина О. М. Основные направления развития системы обеспечения уплаты таможенных платежей // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №6-1.
7. Рыженко Н.В., Черникова Т.В., Петрушина О.М. Проблемные аспекты уплаты таможенных платежей в бюджет России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №3-2.
8. Официальный сайт ФТС [Электронный ресурс]. - URL: <https://customs.gov.ru/>
9. Долгосрочный прогноз экономического развития Евразийского экономического союза до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:[http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyPrognoz/Documents/Долгосрочный%20прогноз%20\(краткая%20версия\).pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyPrognoz/Documents/Долгосрочный%20прогноз%20(краткая%20версия).pdf)

Гранатырь А.И.

Порядок определения таможенной стоимости товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Союза физическими лицами

*Калужский Государственный Университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, Калуга)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-179

Научный руководитель: Гомон И.В.

Аннотация

Определение таможенной стоимости товаров, перемещаемых для личного пользования, может оказаться непростой задачей. Это связано с тем, что при расчете стоимости товаров необходимо учитывать множество факторов, таких как страна происхождения, тип товара и транспортные расходы. Вот почему важно понимать различные процессы, связанные с определением таможенной стоимости, прежде чем перемещать какие-либо товары на международном уровне для личного пользования. В этой статье мы обсудим шаги, связанные с расчетом таможенной стоимости, и то, как она может варьироваться в зависимости от страны назначения. Кроме того, мы коснемся некоторых ключевых соображений, включая ставки пошлин, которые необходимо учитывать при расчете таможенной стоимости.

Ключевые слова: таможенные пошлины, таможенная стоимость, страны ЕАЭС, государства-члены, распределение, таможенные органы.

Abstract

The assessment of the customs value of goods requires an understanding of the relevant rules, regulations and laws. As goods cross international borders, many countries impose tariffs and other taxes to protect their market. But there are certain recommendations that must be followed when determining the customs value of goods in accordance with the requirements of the World Trade Organization (WTO) agreements. This article will explain some important rules and principles for determining the customs value.

Keywords: customs duties, customs value, EAEU countries, member states, distribution, customs authorities.

Перевозка товаров для личного пользования становится все более популярной среди частных лиц. Когда физические лица перемещают товары для личного пользования, важно понимать таможенную стоимость, связанную с этими предметами. Таможенная стоимость товаров может повлиять на их право на таможенную очистку, стоимость пошлин и даже на их возможность законного ввоза в новую страну для личного пользования.

Определение таможенной стоимости является ключевым этапом этой операции. При перемещении товаров для личного пользования и транспортных средств определение стоимости требует тщательной идентификации предмета и его справедливой рыночной стоимости. Этот процесс включает в себя изучение различных документов, классификацию товаров с точки зрения присвоенного им классификационного кода и других факторов, учитывающих предыдущие затраты или текущий статус при установлении таможенной стоимости. Установление таможенной стоимости является важным шагом в обеспечении беспрепятственной таможенной очистки ваших товаров.

В результате таможенным органам может быть сложно точно рассчитать подлежащие уплате пошлины и налоги. Это может привести к таким проблемам, как неправильное декларирование стоимости импорта/экспорта и неправильное применение торговых тарифов. Без точной оценки таможенной стоимости как таможенным органам, так и физическим лицам сложно защитить себя от потенциального мошенничества или неверных заявлений, которые могут привести к дорогостоящим юридическим спорам.

Отнесение товаров, перемещаемых физическими лицами через таможенную границу ЕАЭС, к товарам для личного пользования осуществляется таможенным органом с

применением системы управления рисками исходя из критериев, описанных ст. 256, п. 4 ТК ЕАЭС.

На сайте ФТС представлена подробная информация и правила для граждан, ввозимых товары для личного пользования на территорию РФ. Важнейшим правилом является- ввозимые товары должны предназначаться для личных, семейных, домашних нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Чтобы рассчитать таможенные платежи при ввозе автомобилей, физические лица могут воспользоваться сервисом автоматического расчета платежей. Таможенный калькулятор позволяет быстро произвести расчет таможенных платежей и депозита при ввозе и растаможке легкового автомобиля и иных автотранспортных средств, прицепов и водных судов для личного пользования

В 2021 году физическими лицами уплачено таможенных платежей в отношении товаров для личного пользования на сумму 43,7 млрд. рублей, что на 51% больше, чем в 2020 году (28,9 млрд. рублей) и на 43% больше, чем в 2019 году (24,9 млрд. руб.).

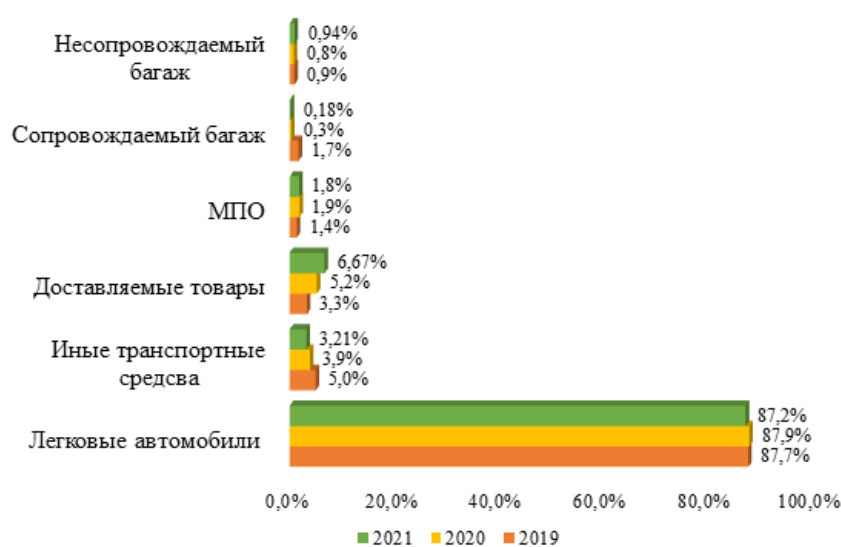


Рисунок 1. Структура таможенных платежей в отношении товаров для личного пользования по категориям товаров в 2019 -2021 годах, %.

В 2021 году по сравнению с 2020 годом наблюдается значительный рост (в 1,7 раза) поступлений от ввоза товаров для личного пользования, доставляемых перевозчиками и пересылаемых МПО в рамках международной электронной торговли (с 2 млрд. руб. 2020 году до 3,3 млрд. руб. в 2021 году), поскольку соответствующие товары облагаются пошлиной. Это связано с уменьшением максимальной стоимости, по которой соответствующие товары могут быть ввезены без уплаты таможенных платежей (с 500 до 200 евро).

Платежи за легковые автомобили, ввозимые физическими лицами, также увеличиваются в 1,5 раза (с 25,4 млрд. руб. в 2020 году до 38,3 млрд. руб. в 2021 году), в основном за счет увеличения объема ввоза таких автомобилей в регионах деятельности

Так же в 2021 таможенными органами выявлены факты:

- неуплаты таможенных платежей на сумму 18,8 млрд. рублей;
- невозврата из-за границы средств в иностранной валюте и валюте Российской Федерации на сумму 29 млрд. рублей;
- незаконного перемещения наличных денежных средств и (или) денежных инструментов на сумму около 1,5 млрд. рублей;
- незаконного перемещения через таможенную границу ЕАЭС алкогольной продукции и (или) табачных изделий на сумму около 553 млн. рублей.

Всего в 2021 году выявлено более 7 млн. единиц контрафактной продукции, предотвращен ущерб, который мог быть нанесен правообладателям в связи с введением контрафактных товаров в гражданский оборот, на сумму свыше 7 млрд. рублей (в 2020 году – 4,7 млрд. рублей).

Предметами правонарушений чаще всего являлись товары народного потребления: одежда и обувь, детские игрушки и игры, парфюмерия и косметика, автозапчасти, сумки, рюкзаки, посуда, велосипеды и другое

В 2023 году после вхождения в РФ новых субъектов автотранспортные средства больше не нужно оформлять на таможне.

Перечень транспортных средств, которые приобрели статус товаров ЕАЭС, можно найти в постановлении Правительства РФ.

Это авто, зарегистрированные:

- в ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областях до 5 декабря 2022 года;
- на Украине и находившиеся на территориях новых субъектов и России до 30 сентября 2022 года;
- на Украине и ввезенные оттуда на территории новых субъектов с 30 сентября 2022 года до 1 января 2023 года.

Или приобретенные на праве собственности гражданами, постоянно проживающими на территориях новых субъектов, ввезенные в Россию и помещенные под транзит к месту доставки до 5 декабря 2022 года.

Такие автомобили:

- не требуется декларировать;
- таможенные пошлины, налоги в их отношении не уплачиваются;
- если авто находится в таможенном органе РФ на контроле как временно ввезенное, то оно будет снято с контроля автоматически.

Поскольку объем перемещения товаров и транспортных средств физическими лицами продолжает расти, важно обеспечить наличие надлежащих правил для защиты интересов всех вовлеченных сторон. В связи с этим возникает вопрос: какие перспективы развития существуют в регулировании контроля таможенной стоимости?

Различные страны внедрили свои собственные специфические правила, касающиеся контроля таможенной стоимости, которые можно контролировать с помощью различных технологических инструментов и методов.

В рамках реализации Стратегии-2030 в эксплуатацию введены новые планшеты с программным средством КПС «ЛК ДЛ ТО», которое позволяет проводить досмотр без использования бумажных носителей. С августа 2022 года сотрудники Московской областной таможни начали тестировать функции информационного сервиса.

Мобильная технология позволяет автоматизировать процедуру таможенного досмотра - самую затратную по времени меру контроля, сократить сроки заполнения акта и минимизировать технические ошибки за счет более точного расчета необходимых показателей.

Сегодня ФТС России проводит обучение для должностных лиц, в ходе которого сотрудники знакомятся с практикой использования планшетов при проведении досмотра. В марте 2023 года к технологии подключат Специализированный таможенный пост МОТ.

1. Агапова А.В. Проблемы таможенных органов, возникающие при проведении контроля таможенной стоимости товаров / А.В. Агапова // Экономика. Право. Инновации. - 2019. - № 3. - С. 30-35.
2. Боброва В.В., Рожкова Ю.В., Попов В.В., Ильсаев З.А. Контроль таможенной стоимости: практикум / В.В. Боброва, Ю.В. Рожкова, В.В. Попов, З.А. Ильсаев. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. – 201 с.
3. Василиженко А.А., Добринова Т.В., Гололобова М.А., Распопин Д.И. Организация контроля таможенной стоимости в странах ЕАЭС // В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: сборник научных статей 10-й Международной научно-практической конференции. – Курск, 2020. – С. 62–64.
4. Официальный сайт ФТС [Электронный ресурс]. - URL: <https://customs.gov.ru/>
5. Долгосрочный прогноз экономического развития Евразийского экономического союза до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:[http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyPrognoz/Documents/Долгосрочный%20прогноз%20\(краткая%20версия\).pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyPrognoz/Documents/Долгосрочный%20прогноз%20(краткая%20версия).pdf)
6. Изотова А.Н. Мигел А.А. Перемещение товаров физическими лицами через таможенную границу российской федерации: проблемы и пути решения // Экономика и бизнес: теория и практика - 2021 № 10-1, С 154-158.

Дзудцова Е.М., Техова З.А., Битиева А.О.
**Особенности стратегии и тактики социально-экономического реформирования
регионального АПК**

*Юго-Осетинский государственный университет
имени А.А. Тибилова
(Южная Осетия, Цхинвал)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-180

Аннотация

В представленной статье будет рассмотрена детально модель теоретической разработки и практической реализации стратегии в рамках социально-экономического реформирования регионального АПК. В статье также будет рассмотрена сама структура всего проводимого цикла, представляющего собой неразрывный, динамичный процесс, который позволит обеспечить должный уровень адекватности, гибкости. В рассматриваемой модели будут отображены и рассмотрены 10 этапов современной и эффективной разработки, как и реализации на практике выбранной стратегии, позволяющие раскрыть весь процедуру действия всего замкнутого в своем движении цикла.

В рамках рассматриваемой стратегии развития АПК всего региона выставлены цели, как и механизм их достижения, в рамках реализации коего можно достичь высоких результатов функционирования. Причем в рамках долгосрочных перспектив, как и эффективно, безболезненно адаптироваться к постоянно меняющимся условиям среды, как внешним, так и внутренним. Также применение данного, весьма специфического управленческого ресурса позволит решить многие проблемы в рамках рассматриваемого АПК региона – социальные и экономические, проблемы демографического роста и хозяйственные вопросы и многие другие.

Ключевые слова: регион, модель, стратегия развития АПК, хозяйственный механизм, приоритетные отрасли, территориальное разделение труда, контроль, информационные потоки, концепция, структура, эффективность.

Abstract

The presented article will consider in detail the model of theoretical development and practical implementation of the strategy within the framework of socio-economic reform of the regional agro-industrial complex. The article will also consider the very structure of the entire ongoing cycle, which is an unbroken, dynamic process that will ensure the proper level of adequacy and flexibility. In the model under consideration, 10 stages of modern and effective development will be displayed and considered, as well as the implementation in practice of the chosen strategy, allowing to reveal the entire procedure of the entire cycle closed in its movement.

Within the framework of the considered strategy for the development of the agro-industrial complex of the entire region, goals are set, as well as a mechanism for achieving them, within the framework of which it is possible to achieve high performance results. Moreover, within the framework of long-term prospects, it is as effective and painless to adapt to constantly changing environmental conditions, both external and internal. Also, the use of this very specific management resource will allow solving many problems within the framework of the considered agro-industrial complex of the region - social and economic, problems of demographic growth and economic issues, and many others.

Keywords: region, model, agribusiness development strategy, economic mechanism, priority industries, territorial division of labor, control, information flows, concept, structure, efficiency.

Состояние всего рассматриваемого АПК Республики Северная Осетия – Алания, как и показатели эффективности экономики, которая протекает в нем, наглядно показывает потребность практиковать новые подходы к дальнейшему его развитию в рамках аграрного сектора. Самое важное, точнее сказать перспективное направление в рамках поставленной

задачи – это формирование под началом государственных институтов развитого регионального агротехнопарка. В частности, именно сам агротехнопарк (АТП) – это новая форма объединения всей ресурсной базы в рамках изучаемого региона. Она позволит существенно повысить уровень конкурентоспособности всех производственных процессов, поднять в разы уровень жизни граждан в регионе, в особенности в рамках сельских территорий.

Но при этом они не исключают влияние и элементов рыночной хозяйственной деятельности на весь производственно-хозяйственный процесс в рамках работы сельских товаропроизводителей. И достаточно понимать, что они позволят сделать использование каждого ресурса, базы в разы эффективней. Это позволит в итоге снизить показатели риска негативных итогов, возникающих при резком колебании конъюнктуры в экономике. Именно этот фактор отыгрывает важную роль в рамках текущего финансового и экономического кризиса, где самые большие потери несут именно предприятия, входящие в сам первичный сектор – сельское хозяйство в рамках экономической деятельности [4, с.3].

Но на данный момент эффективность решения поставленной задачи столкнулась с некоторыми препятствующими факторами, объективными и субъективными. И в списке таких вот препятствующих факторов стоит выделить на первом месте именно несогласованность всех действий каждого управляющего уровня АПК в паре регионы и местные власти. Это нередко ведет к ухудшению полученных результатов, нежели тех, которые могли бы быть, если брать за основу прогнозируемые оценки. И идущее при этом распыление всех финансовых резервов в еще большей степени будет обострять существующую проблему недостатка инвестиционного потенциала. Нередко в таких вот условиях активно проявляется актуальность вопроса о сведении приоритетов развития республики, ее регионов к единому дереву и спискам целей. Если рассматривать сам посыл как верный, то его реализация на практике предусматривает усиление принципа координации в каждом вопросе финансирования внедрения, распространение новых наработок на уровне АПК данного региона, причем в рамках новых организационных и экономических структур [6, с.24].

Также стоит учитывать и второй момент – низкие показатели координации работы в рамках научных и исследовательских работ в АПК РСО – Алания, причем как в отношении государственных, так и частных институтов. Именно разобщенность таковых на практике ведет к неэффективному использованию всего научного и технического потенциала региона. Важно учитывать и третий момент – недостаточное использование на практике современных финансовых инструментов, метод анализа рынка, которые позволяют фактически отыскать самое оптимальное решение в рамках достаточно большого спектра задач, требующих текущего, безотлагательного решения, в т. ч. и проводимого финансирования НИР, имеющего длинный цикл окупаемости, их весьма широкое распространение в аграрном секторе. И именно в таком ракурсе проводимый сравнительный анализ предусматривает конкретизацию самого объекта, определение потенциального ресурса всех партнеров, сбор, последующую обработку данных, освоение и внедрение в экономике новационных направлений и нововведений.

Четвертый момент, на который стоит обратить внимание – отсутствие эффективных стимулов, позволяющих привлекать частный капитал в процесс решения вопросов в самой сфере финансирования НИОКР, как и их прикладного использования. По сути, это применение налоговых скидок, стимулирование процесса привлечения венчурных форм в рамках организации самого процесса финансирования работы НИИ, как и прогрессивных метод исчисления объема амортизации используемого экспериментального оборудования. Пятый момент – увеличение стоимости на современную технику, технологии, в условиях внедренных санкций, не позволит держать соответствующий уровень конкурентоспособности самой аграрной продукции, производимой в РФ, развивать перспективные и новые инновационные направления в сфере сельского хозяйства [2, с.90].

Представленные пункты, наличие которых обусловлено невысоким уровнем внедрения инновационных метод в АПК рассматриваемого региона, в целом и общем, как и разобщенность между хозяйствующими субъектами рынка, будет стимулировать формирование и внедрение новой структуры в рамках организационного ее плана. Потому в

данном качестве стоит рассматривать именно Агротехнопарк РСО – Алания, ведь в его работе, формировании основную роль берет на себя именно государственный институт. Деятельность Агротехнопарка на практике предусматривает привлечение большого объема ресурсов – финансового, научного и технического потенциала, внедрение новых идей, метод в каждой сфере регионального АПК, эффективное использование таковых на практике.

Говоря иными словами, работа последнего ориентирована именно на повышение эффективности каждого процесса – производственного и финансового, хозяйственной деятельности, проводимых в рамках региональных производственных систем АПК. В этом случае базой выступают прогрессивные ресурсы и технологии, организованно рационально труд. Если говорить о практической реализации данного предложения, то он выступает важным компонентом усилий со стороны государственного регулирования всей аграрной отрасли в регионе.

Консолидация данных инноваций, информации в единую систему АТП позволит обеспечить его оперативную работу, циркулирование между каждым звеном на уровне регионального АПК, между всеми субъектами агропродовольственного сегмента рынка. В данном случае стоит придерживаться мнения, что есть необходимость в переходе к современной агроинновационной информационной системе. Это будет в большей степени отвечать особенностям ведения всего АПК на данном этапе развития [3, с.21].

Построение самого Агротехнопарка РСО – Алания, его организационной и экономической системы основано на ряде принципов:

- Консолидация всех данных в одном информационном узле. Это оперативное ее получение и распределение между каждым звеном регулируемого АПК. С учетом непрерывного роста стоимости коммерческих услуг, касательных получения необходимых данных сам принцип стоит рассматривать в контексте важного составляющего условия эффективной работы АПК.
- Сочетание и отсутствие противоречия между коммерческими интересами каждого субъекта в рамках агропромышленного комплекса региона при получении последними данных. И уровень эффективности работы всего АПК во многом определена эффективностью оказываемых им услуг. И как итог, экономические интересы во многом подчинены общему интересу.
- Создание практически работающей вертикально-интегрированной структуры, что в разы повысит устойчивость всей производственной сферы АПК в конкретно взятом регионе. Это в частности расширение существующей базы правовых норм, которые и регулируют всю деятельность АПК, инвестиционных фондов и тех же бизнес – инкубаторов, информационных и консультативных служб и многое иное.
- Переход от существующей динамики инвестиционной практики, где основным получателем кредита, субсидии есть крупные предприятия, к динамике, когда все субъекты АПК комплекса будут равны в субсидировании, независимо от правовой формы и потенциала, производственных объемов [4, с.4].

Представленные принципы, как и их активное применение в экономической практике всего региона станет возможным, если пройдут существенные преобразования на всех уровнях, как местном, так и федеральном. И с учетом данного момента, важно прилагать немалое усилие со стороны государственных институтов, их участие в материальном и техническом оснащении всех и каждого сельскохозяйственного производителя товаров. Но с учетом представленных данных в предыдущих главах, данная составляющая всего АПК и производства РСО – Алания попросту далеко от собственных оптимистических показателей и достижений.

Также, выявленные тенденции, показывающие снижение вооруженности и снабжения энергией рынка труда в АПК региона носит весьма ярко выраженный отрицательный характер. И соответственно, введение в сам строй новых мощностей, и модернизация активно работающей части каждого производственного фонда на селе – это одна из предпосылок эффективного и успешного формирования всего АПК региона.

Развитие, устойчивое и всестороннее, всех сельскохозяйственных территорий прямо определена уровнем как социальной, так и экономической, экологической эффективности в рамках аграрного/агропромышленного предприятия. И потому самой оптимальной формой реализации данного базового, основного условия есть аграрный технологический парк. В актив данного направления в рамках разбора работы аграрного сектора РСО – Алания, его проблем, говорят и ярко выраженные зональные условия ведения всего аграрного производства.

С учетом широкой зональности, идущей с запада на восток, вертикальной – с юга на север, исторически сложился существенный временной лаг в поведении, работе основных агротехнических мероприятий. Представленное объективное обстоятельство одним и тем же количественным/качественным составом машинно-тракторного парка вести большие объемы механической работы. И имеющиеся тут экономии денег – положительно влияют на все производственные процессы, работу отдельно взятого предприятия, аграрного сектора республики.

Оценка каждого производственного параметра сельскохозяйственного сектора и в частности сельского хозяйства РСО-Алания показывают следующее. Так в 2022 году было произведено в регионе 639,0 тыс. тонн зерна. Показатели удельного веса АПК региона в формате регионального ВВП фиксировалось на уровне 25%. Так в 2020 году производственные показатели фиксировали на уровне 24,7 млрд. руб. или же имеет место рост в сравнении с предыдущим годом равно 0,5 %.

Так за последнюю пятилетку среднегодовые объемы производства важного в стране зерна – выросло в полтора раза. И тут уже немалая роль отведена производству кукурузы, и ее валовый сбор в 2020 году равен был 495,0 тыс. тонн, но наравне с этим фиксировались низкие показатели животноводства в рассматриваемом регионе. Но первыми мерами поддержки со стороны государства отдельной категории товаропроизводителей – фермерских хозяйств, частных подсобных хозяйств, есть упрощение, облегчение всего процесса предоставления кредитов, организация сбора/сбыта с\х продукта, создание кооперативов, сбытовых и перерабатывающих структур.

1. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 30.01.2010 № 120).
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р).
3. Акулов, В.Б. «Кейнсианская модель макроэкономического регулирования: возможность использования в современной экономике» / В.Б. Акулов / СПб. Изд-во СПбУ, 2019. С. 19.
4. Дзагоева И.Т., Дзидзоева З.М. Анализ состояния и тенденции развития сельскохозяйственного производства РСО-Алания (статья) / И.Т. Дзагоева,
5. Дзидзоева З.М. //Социально- экономические проблемы региональной экономики. Межвуз. сб. научных тр. - Нальчик. ИИПРУ КБНЦ РАН-2010.
6. Шеламова, Н. Современный уровень и перспективные направления взаимных инвестиций в аграрной сфере стран БРИКС / Н. Шеламова //АПК: экономика, управление. 2021 №7 С. 86-95.
7. Ширяева Л., Мамедов Н. Неоклассическая модель государственного регулирования рыночных отношений [Текст] / Л.Ширяева, Н.Мамедов // РЭЖ. 2020. №4.
8. Ясин Е. Функции государства в рыночной экономике [Текст] / Е.Ясин//Вопросы экономики. 2018. №6. С. 12 – 22.

Драненко Л.П.

**Роль внутреннего аудита в оценке эффективности системы
внутреннего контроля хозяйствующего субъекта**

*СахИЖТ-филиал ДВГУПС
(Россия, Южно-Сахалинск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-181

Аннотация

В статье рассмотрено значение внутреннего контроля для хозяйствующих субъектов, необходимость его организации и осуществления, дана характеристика элементов системы внутреннего контроля, роль внутреннего аудита в системе контроля хозяйствующего субъекта, взаимосвязь внутреннего контроля и внутреннего аудита, роль внутреннего аудита в оценке эффективности функционирования системы внутреннего контроля хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: внутренний контроль, внутренний аудит, эффективность внутреннего контроля, элементы системы внутреннего контроля, критерии оценки эффективности внутреннего контроля.

Abstract

The theses consider the importance of internal control for business entities, the need for its organization and implementation, describe the elements of the internal control system, the role of internal audit in the control system of an economic entity, the relationship between internal control and internal audit, the role of internal audit in assessing the effectiveness of the internal control system of an economic entity.

Keywords: internal control, internal audit, effectiveness of internal control, elements of the internal control system, criteria for evaluating the effectiveness of internal control.

Система внутреннего контроля является одним из элементов информационной системы управления хозяйствующего субъекта. Его результаты способствуют выявлению проблем в деятельности субъекта, возможности принятия эффективных управленческих решений.

Традиционно считается, что внутренний контроль организуется по решению руководства. Поэтому является необязательным.

При этом многие руководители и менеджеры забывают, что обязанность организации внутреннего контроля закреплена законодательно, а именно ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете», в ст. 19. Особенно это касается экономических субъектов, бухгалтерская (финансовая) отчетность которых подлежит обязательному аудиту.

В то же время, порядок организации и осуществления внутреннего контроля зависит от потребностей руководства в информации, масштаба и вида деятельности, поэтому возникает необходимость оценки эффективности и качества его результатов. Значительная роль в такой оценке принадлежит службе внутреннего аудита экономического субъекта.

Роль и значение внутреннего контроля, варианты его организации и осуществления в достаточной степени исследованы и отражены в трудах и публикациях как зарубежных, так и отечественных авторов. Достаточно публикаций и по вопросам организации и функционирования внутреннего аудита.

В то же время, немногие авторы исследуют роль внутреннего аудита в оценке эффективности системы внутреннего контроля, его организации.

Цель исследования заключается в определении места и роли внутреннего аудита в системе контроля деятельности хозяйствующего субъекта.

Прежде чем говорить об оценке СВК, необходимо определиться с определением данного понятия.

Под системой внутреннего контроля традиционно понимается совокупность организационной структуры, методик и процедур, применяемых руководством конкретного

экономического субъекта в качестве инструментов и средств для наблюдения за эффективным ведением финансово-хозяйственной деятельности [3].

Система внутреннего контроля включает следующие основные элементы: контрольная среда, оценка рисков, процедуры внутреннего контроля, процедуры мониторинга [1].

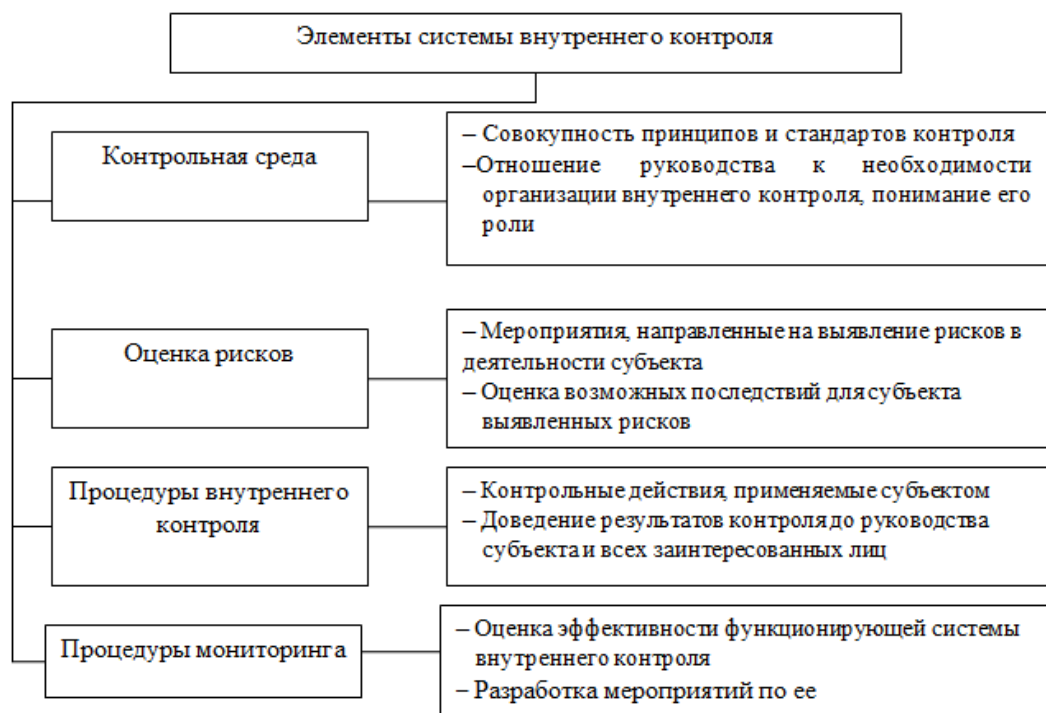


Рисунок 1. Элементы системы внутреннего контроля.

Контрольная среда представляет собой совокупность принципов и стандартов контроля, отражает отношение руководства субъекта к необходимости организации контроля, общее понимание его целей и задач. Степень понимания значимости внутреннего контроля руководством субъекта способствует формированию соответствующего отношения сотрудников к выполнению их обязанностей по внутреннему контролю. Оценка контрольной среды в первую очередь представляет собой проверку наличия и соблюдения внутренних стандартов (то есть положений, инструкций, указаний и рекомендаций), определение соответствия системы внутреннего контроля специфике деятельности организации, ее размерам и организационной структуре [2].

Под оценкой рисков подразумевают систему мероприятий, направленных на выявление опасностей, возникающих в процессе деятельности субъекта, а также их возможных последствий.

Процедуры внутреннего контроля – это совокупность действий, направленных на проверку соблюдения стандартов организации, норм, нормативов и смет, санкционирование расходов, проверку соблюдения исполнительской дисциплины, законности и эффективности хозяйственных операций. Контрольные действия осуществляются сотрудниками организации в соответствии с их обязанностями и полномочиями, закрепленными в должностных инструкциях, положениях и других регламентах хозяйствующего субъекта. Конкретный набор контрольных действий зависит от особенностей объекта, на который направлен контроль, подразделения, в котором размещается объект, вида контроля и т. п.

Процедуры контроля тесно связаны с информационной системой организации, так как одним из элементов информационной системы является выбранный организацией способ хранения, обработки и передачи информации, информирования персонала о значимости и результативности его участия в контрольных процессах, а также способа доведения до руководителей организации информации о каких-либо обнаруженных нарушениях, отклонениях и искажениях.

Под оценкой рисков подразумевают систему мероприятий, направленных на выявление опасностей, возникающих в процессе деятельности субъекта, а также на оценку их возможных негативных последствий. На практике применяется большое количество методов оценки риска, но в любом случае обнаруженное искажение (нарушение, отклонение) соотносят с уровнем существенности, степенью важности и влиянием на результаты дальнейшей работы организации.

Еще одним элементом системы внутреннего контроля является мониторинг средств контроля. Под ним подразумевают процесс оценки качества функционирования системы внутреннего контроля, оценки ее работоспособности и эффективности средств контроля. По результатам мониторинга, как правило, вносятся какие-либо корректировки и изменения в систему внутреннего контроля. Мониторинг средств контроля должен осуществляться или непрерывно, или в рамках проведения отдельных проверок, как на постоянной, так и на периодической основе.

Одной из форм внутреннего контроля является внутренний аудит. Внутренний аудит осуществляется штатными аудитором, которые подчиняются собственнику или руководителю организации, но лучше, если он будет независим и обособлен от организации. Внутренний аудит руководствуется локальными нормативными актами, такими как положения, инструкции, рекомендации и т.п., осуществляется на основе специальных принципов.

Одной из целей внутреннего аудита является обнаружение рисков с целью улучшения финансового состояния организации. Поэтому можно сказать, что внутренний аудит и охватывает такие элементы СВК, как оценка рисков и мониторинг средств контроля [6].

Внутренний аудитор оценивает степень эффективности системы внутреннего контроля на основе специальных критериев, характеризующих экономический эффект, полученный от осуществления контрольных мероприятий, эффективность применяемых процедур внутреннего контроля, мотивированность персонала, задействованного в осуществлении процессов контроля [7].

Система внутреннего контроля, по мнению внутреннего аудитора, будет считаться эффективной, если она не только способна выявлять ошибки и отклонения, но и осуществлять определенные действия с целью снижения вероятности таких ошибок и отклонений в будущем.

Таблица 1

Примерные критерии оценки внутренним аудитором эффективности системы внутреннего контроля.

<i>Направления оценки</i>	<i>Показатели эффективности</i>
<i>Экономический эффект от проведения внутреннего контроля</i>	<ul style="list-style-type: none"> - экономия от выявленных нарушений; - соотношение затрат на проведение контроля и полученных результатов от его проведения; - уменьшение штрафов, пени, других потерь в результате проведения контрольных мероприятий; - увеличение доходов предприятия и уменьшение его расходов
<i>Эффективность организации внутреннего контроля</i>	<ul style="list-style-type: none"> - процент выполнения плана проверок, запросов руководства по проведению внеплановых проверок; - процент своевременно внедренных рекомендаций от общего числа принятых рекомендаций; - процент своевременно представленных руководству отчетов по итогам проведенных проверок; - процент рекомендаций, принятых к исполнению; - количество нарушений, выявленных по итогам проведения внутренних проверок

Таким образом, наличие внутреннего аудита является признаком правильно созданной управленческой системы, а оценка эффективности системы внутреннего контроля внутренним аудитором необходима для повышения безопасности и улучшения результатов деятельности организации.

1. Галкина, Е. В. Современная модель внутреннего контроля в корпоративном менеджменте//Рос. предпринимательство. 2018. № 1(223).
2. Дьяконова, О. С. Внутренний аудит/О. С. Дьяконова, Т. М. Рогоуленко. - М.: КноРус, 2019. -181 с
3. Евдокимова, А.В., Пашкина И.Н. Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной деятельности организации. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». -2018, -325с.
4. Жабина, Н.В. Внутренний аудит как инструмент повышения эффективности бизнеса / В сборнике: Наука и образование: проблемы и перспективы Материалы II Международной научно-практической конференции. Научный редактор: Ю.В. Мамченко. Москва, 2017.
5. Каковкина, Т. В. Аудит и оценка системы внутреннего контроля//Аудиторские ведомости -2020.-№ 9
6. Орлова, О. Е. Проблема организации внутреннего контроля. Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения, 2017. № 6
7. Панфилова, Е.А., Шульга С.А. Соотношение понятий «внутренний аудит» и «система внутреннего контроля» / В сборнике: Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России Межвузовская научно-практическая конференция. Министерство образования и науки РФ, Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Ростове-на-Дону. 2019. С. 221-228.
8. .Первова, К. А. Актуальность внутреннего аудита в современных условиях//Аудит и финансовый анализ. 2018. № 5.
9. Полисюк, Г. Б. Место и роль внутреннего аудита в системе внутрифирменного контроля. 2011//Все для бухгалтера, 2019. № 7

Жалдак А.А., Ю Ми С.

Анализ использования банковских карт в РФ и странах СНГ

*Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Сахалинский институт железнодорожного транспорта-филиал ДВГУПС
(Россия, Южно-Сахалинск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-182

Аннотация

В научной статье рассматривается использование банковских карт. Статья является актуальной, так как на сегодняшний день банковские карты являются основным и не заменимым платежным инструментом, который позволяет удобно, быстро и безопасно выполнять различные операции. В данной статье рассмотрены виды банковских карт и анализ их использования. Приведена статистика использования банковский карт в РФ и странах СНГ.

Ключевые слова: банковские карты, платежная система, показатели использования, банкоматы.

Abstract

A scientific article discusses the use of bank cards. The article is relevant, since today bank cards are the main and not replaceable payment tool that allows you to conveniently, quickly and safely perform various transactions. This article discusses the types of bank cards and the analysis of their use. Statistics on the use of bank cards in the Russian Federation and the CIS countries are provided.

Keywords: bank cards, payment system, usage indicators.

Исследование необходимо начать с понятия платежной системы, ее задач и участников, в дальнейшем это поможет лучше разобраться с поставленной задачей. И так, платежная система-это совокупность правил и инструментов для организации процесса безналичных

расчетов или еще проще, то это способ осуществлять финансовые транзакции без использования наличных денег, при помощи электронных денег и(или) банковских карт.

Сущностью платежной системы, в первую очередь это оперативность и надежность распределения и учета платежных ресурсов, выделяемых специально на проведение платежной системы с безналичными расчетами. Во-вторых, при эффективном функционировании платежной системы показательно сокращаются операционные издержки, возникает качественное управление ликвидностью в банках, предприятиях.

Платежная система ставит перед собой определенные задачи:

1. Бесперебойное, безопасное и эффективное функционирование;
2. Надежность и прочность, которое гарантирует отсутствие полного выхода из системы платежей;
3. Эффективность, обеспечивающая быстрый, экономный по времени и точный выход потока операций;
4. Требования участия в платежной системе лиц, отвечающих определенными квалификационными чертами.

Основными участниками платежной системы, также выступающие в качестве институтов платежной системы, являются (список для РФ и стран СНГ):

- Центральный Банк РФ (обеспечивает самую важную функцию платежной системы-это бесперебойность расчетов и обеспечение стабильности банковской системы);
- Коммерческие банки РФ;
- Небанковские учреждения РФ (включая клиринговые и расчетные центры);
- Международные финансовые организации, как РФ, так и стран СНГ;
- Национальные банки стран СНГ;
- Иностранные банки;
- Иностранные поставщики платежных услуг.

В мире существует множество платежных систем, разберем самые популярные. Ни для кого не секрет, что самыми известными являются платежные системы Visa и MasterCard, несмотря на санкции в нашей стране, они все же остаются в популярности вне РФ. Но в данный момент они продолжают свою работу внутри страны, однако прием банковских карт этих же МПС, выпущенных за рубежом приостановлен.

На рисунке 1 представлен пример карт с платежными системами Visa и MasterCard



Рисунок 1. Карты с платежными системами Visa и MasterCard.

В 2014 и в 2022 годах западные санкции и прекратившие работу в России некоторые МПС послужили импульсом для создания своих российских платежных систем. Популярной и первой стала на пути к импортозамещению стала платежная карта «Мир», которая вошла в обиход в 2015 году.

На рисунке 2 представлена банковская карта с платежной системой «Мир»



Рисунок 2. Банковская карта с платежной системой «Мир».

На рисунке 3 представлены данные использования платежных систем в РФ в 2022 год



Рисунок 3. Динамика использования платежных систем в РФ за 2022 год.

По данным рисунка видно, что к 2022 году самой популярной платежной системой является «Мир», связано это с экономическими и политическими аспектами, с обеспечением бесперебойности использования, несмотря на международную ситуацию.

Рассмотрев платежную систему, необходимо перейти к рассмотрению пластиковых банковских карт, так как она является объектом изучения.

Банковская карта-это платежная карта, выпущенная банком, которая является персонализированным инструментом безналичных расчетов и предназначена для совершения физическими лицами, в том числе представителями юридических лиц (держателями) операций с денежными средствами, находящими у банка-эмитента.

На сегодняшний день банковская карта является важной составляющей платежной системы и играет одну из главных ролей. Банковская карта позволяет удобно, быстро, просто и с безопасностью нашими финансами производить оплату услуг, товаров через сайт или мобильный банк, а также снятие наличных через банкоматы, что делает основным средством в организации безналичных расчетов.

На рисунке 4 представлены примеры банковских карт



Рисунок 4. Банковские карты.

Любая карта привязана к счету в банке, их может быть по одному или несколько. Владельцем банковской карты считается кредитная организация, а держателем-клиент банка.

В разных источниках выделяют свою классификацию видов банковских карт, в основном она схожая, ее можно разграничить на три группы:

1. По типу платежной системы:
 - Международные-объединяют банки разных стран, соответственно такими картами можно оплачивать за рубежом. Такие карты могут иметь счета в рублях, евро, долларах (актуально для командировочных поездок и путешествия).
 - Локальные-работают в пределах одной страны.
2. По типу операций:
 - Дебетовые-дают доступ к деньгам на вашем счете, любые операции возможны только в пределах, оставшийся суммы на счете.
 - Карты с овердрафтом. Овердрафт-это краткосрочный заем, который позволяет быстро получить недостающую сумму без предварительного согласования с банком, то есть вы можете потратить больше, например, на срочную покупку, чем есть у вас на счету.
 - Кредитные-дают доступ к деньгам банка, за которые вы же и платите (проценты).
 - Предоплаченные-по сути «электронный кошелек», в который можно положить определенную сумму денег. Банк выдает предоплаченную карту клиенту, но банковский счет не открывает. Клиент сразу же пополняет карту и может ей пользоваться. Такие карты удобны тем, что выпускаются мгновенно. Но у них есть и минусы: деньги, которые вы внесете на карту, не подлежат обязательному страхованию по закону о страховании вкладов. Получить кредит на такую карту тоже не получится-на предоплаченной карте могут храниться только деньги клиента.
3. По времени оформления:
 - Моментальные-оформляются сразу, в течение 15 минут.
 - Классические-оформляются в течение 2-5 рабочих дней.

На рисунке 5 представлено использование дебетовых и кредитных карт в РФ

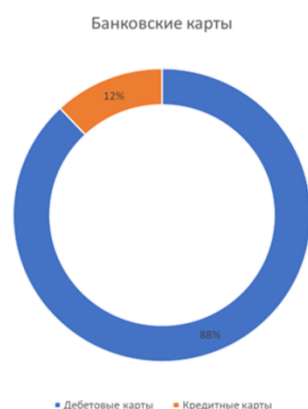


Рисунок 5. Показатель использования дебетовых и кредитных карт в РФ.

Дебетовые карты лидируют среди других видов банковских карт, их выпущено 294,3 млн. штук, то есть доля карт в общем выпуске составляет 88%. Классических кредитных карт выпущено 40,4 млн. штук, что составляет 12% от общего числа дебетовых и кредитных карт.

На рисунке 6 представлено использование дебетовых и кредитных карт в странах СНГ



Рисунок 6. Показатель использования дебетовых и кредитных карт в странах СНГ.

Информация по странам СНГ, в основном скрыта, либо устаревшая, поэтому в точных числах рассчитать было трудно, но по общему подсчету (с каждой страны СНГ), то примерно 870,1 млн. штук дебетовых карт из общего количества всех стран СНГ выпущено для населения, что составляет 86%. Кредитных карт выпущено 240,8 млн. штук, общая доля составила 14%.

Таким образом, сравнив показатели использования в РФ и странах СНГ можно точно сказать, что дебетовые карты пользуются большим спросом, что делают их популярными во всем мире.

Рассмотрим общую статистику количества банковских карт.

Начнем с России, по данным сайта Центрального банка, количество платежных карт вызывает все больший спрос (данные с 1.10.2015 по 1.10.2022)

На рисунке 7 представлен график общего количества карт в РФ

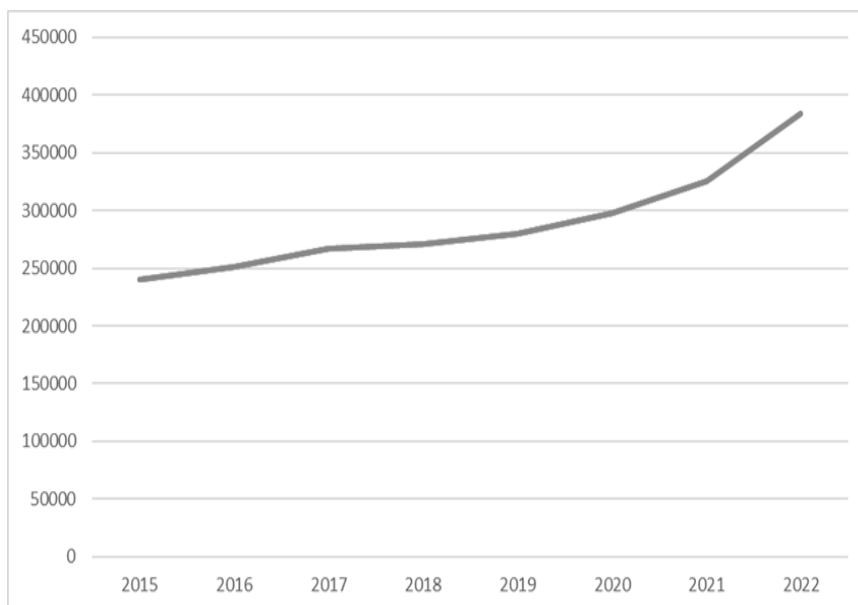


Рисунок 7. График общего количества карт в РФ.

В таблице 1 представлены данные общего количества платежных карт в РФ

Таблица 1

Общее количество платежных карт в РФ по годам.

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<i>Тыс.ед.</i>							
240161	250981	267251	270634	280284	297368	325080	383976

Далее перейдем к анализу общего количества карт в странах СНГ.

По данным экономических сайтов стран СНГ, статей, а также интернет-библиотек, был проведен анализ общего использования платежных карт в странах СНГ.

Информация представлена за период с 2019 по 2022 год.

На рисунке 8 представлен график использования карт в странах СНГ

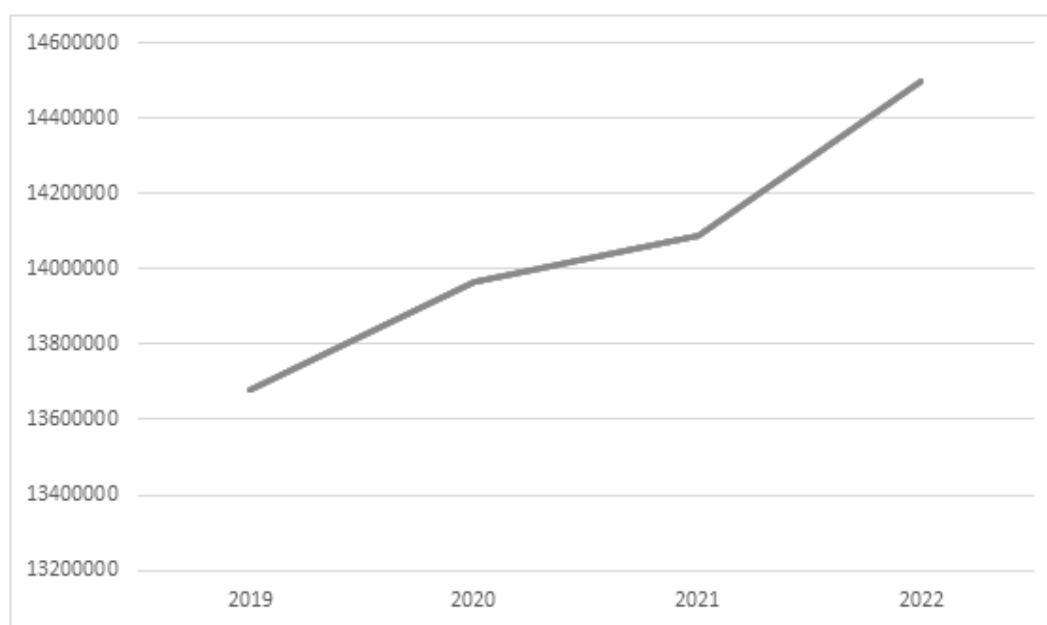


Рисунок 8. График общего количества карт в странах СНГ.

В таблице 2 представлены данные общего количества карт в странах СНГ

Таблица 2

Общее количество платежных карт в странах СНГ.

2019	2020	2021	2022
<i>тыс.ед</i>			
13679012	13964987	14087280	14499278

Проанализировав данные об общем количестве карт, можно сделать вывод, что спрос на банковские платежные карты растет с каждым годом в мире. Это в первую очередь связано с тем, что дебетовые и кредитные карты доказывают свою безопасность, быстроту и удобство в использовании.

Далее проанализируем использование количества карт на душу населения.



Рисунок 9. Количество карт на душу населения в РФ.

Постепенно мир все больше и больше использует банковские карты. На каждого жителя мира приходится по 2-3 карты. На 145 млн. человек свыше 325,1 млн. карт.

На рисунке 10 представлено количество карт на душу населения в странах СНГ.

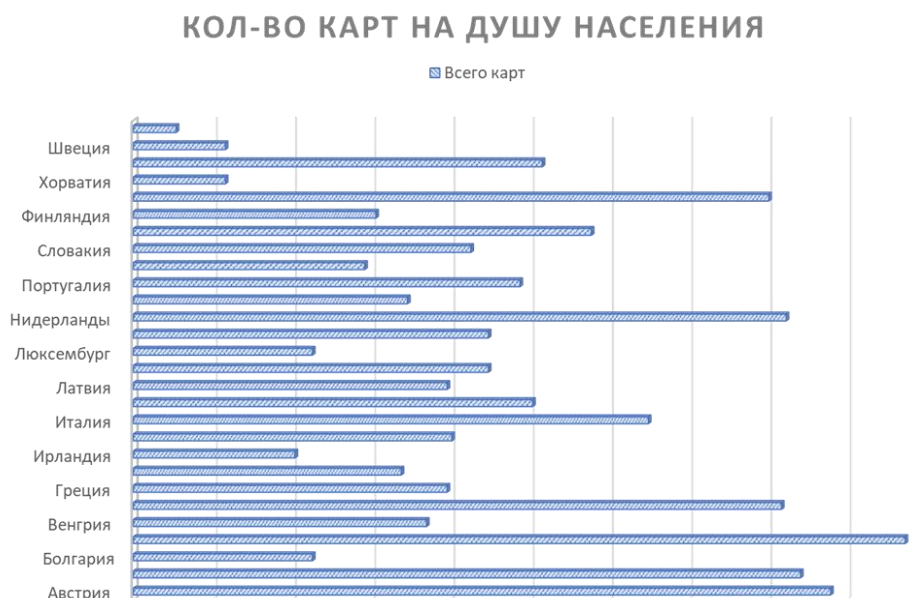


Рисунок 10. Количество карт на душу населения в странах СНГ.

Данный график отражает статистику на конец 2019 года. Самый большой показатель по странам СНГ у Великобритании (вышла из состава СНГ 31 января 2020 года, динамика отражается на 2019 год). У Великобритании самый большой показатель карт на душу населения в 66,84 млн.чел (данные на 2019 год с источника «Всемирный банк») приходится около 140 млн. карт. Что касается самого маленького показателя, то у Эстонии население составляло 1,327 млн. чел (данные на 2019 год с источника «Департамент статистика Эстонии»), а показатель карт примерно 3 млн. карт.

Подойдя уже к последнему показателю, можно сказать, что динамика у всех показателей положительная, но не все так благоприятно развивается по использованию банкоматов для банковских платежных карт.

В таблице 3 представлены показатели использования устройств для платежных банковских карт.

Таблица 3

Показатель использования устройств для платежных банковских карт.

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ед.							
216896	202927	206059	199708	199568	199347	191343	178272

На рисунке 11 представлена динамика использования устройств для платежных банковских карт.

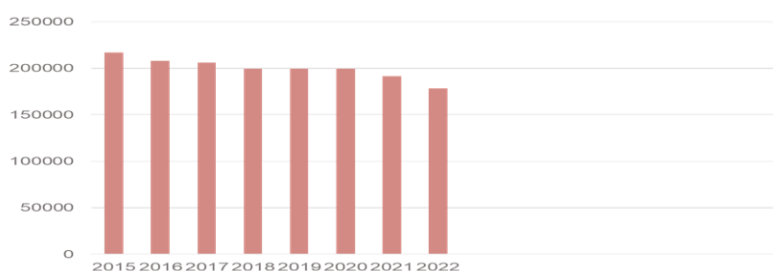


Рисунок 11. График показателей устройств для использования банковских карт в РФ.

По данным ЦБ сокращение парка АТМ наблюдается с 2015 года. На это влияет популярность граждан к безналичным операциям, а также развитие дистанционных каналов обслуживания клиентов, в том числе мобильных приложений. К тому же в годы пандемии коронавируса многие люди отказались от наличных денег.

Вице-президент Ассоциации банков России Алексей Войлуков отметил, что на сокращение числа машин могли повлиять и другие факторы, около двух третей банкоматов приходится на модели западных производителей, которые ушли с российского рынка. Сейчас эти машины работают исправно, хотя банки сталкиваются с трудностями при обновлении ПО (например, для приема новых купюр). Из-за остановки поставок и обслуживания банкоматов от западных провайдеров в марте ожидаемо появился некоторый дефицит как самих банкоматов, так и запчастей для них. В ближайшее время, пока ключевые игроки на рынке перестраиваются и ищут новых поставщиков, количество банкоматов, скорее всего, продолжит сокращаться.

Что касается стран СНГ, то информация про парк АТМ скрыта.

Таким образом, можно сказать уверенно, что банковские карты удобны в использовании, операции с банковскими картами совершаются быстро, безопасно, они пользуются популярностью, как в России, так и других странах, что наглядно показано в данной статье.

1. Платежные системы-принцип работы и возможности. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://biteffect.net/> (дата обращения: 26.11.2022)
2. Хафизова, Л.А. Сущность и значение платежных систем / Л.А. Хафизова. — Текст: электронный // NovaInfo, 2016. — № 53. — С. 149-155. — URL: <https://novainfo.ru/article/8131> (дата обращения: 12.12.2022).
3. Национальная платежная система. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cbr.ru/Psystem/> (дата обращения 26.11.2022)
4. Банковские карты. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.banki.ru/wikibank/bankovskaya_karta/ (дата обращения 26.11.2022)
5. Виды банковских платежных карт // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://fingramugra.ru/card_1 (дата обращения 27.11.2022)
6. Дубова С. Е., Обаева А. С., Валинурова А. А., Кутузова А. К., Мазина Ю. Ю., Степанова Н. В. Платежные системы. — Киров, 2014.
7. Национальная платежная система: бизнес-энциклопедия / кол. авторов; ред.- сост. А.С. Воронин. — М., 2013.
8. Солуянов А. А. Международный опыт функционирования платежных систем и российская практика: дис. ... канд. экон. наук. — М., 2008
9. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями и Банком России, по типам карт. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cbr.ru/Content/Document/File/105968/T13.xlsx> (дата обращения 27.11.2022)
10. Сведения об устройствах, расположенных на территории России и предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cbr.ru/Content/Document/File/105971/T16.xlsx> (дата обращения 27.11.2022)
11. Годовой отчет об экономических показателях. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru> (дата обращения 12.11.2022)

Завьялова Д.Д., Кицис В.М.
Ресторанная индустрия и ее роль в туризме

*Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
(Россия, Саранск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-183

Аннотация

Туристские поездки невозможно представить не только без перемещения на каком-либо транспорте и ночевки в средствах размещения, но и без организации питания. В связи с этим тема исследования достаточно актуальна. При этом надо иметь в виду, что предприятия питания выполняют важнейшие экономические, социальные, воспитательные, лечебно-оздоровительные и прочие функции. *Ресторанная индустрия* непосредственно взаимосвязана и взаимодействует с туристско-экскурсионным комплексом, выступая при этом одним из условий проектирования и разработки туров. Объектом исследования выступает ресторанная индустрия. Цель статьи – рассмотреть роль ресторанной индустрии в туризме.

Ключевые слова: туризм, ресторанная индустрия, предприятия питания, ресторан.

Abstract

Tourist trips cannot be imagined not only without transportation and overnight stays in accommodation facilities, but also without catering. In this regard, the research topic is quite relevant. At the same time, it should be borne in mind that catering enterprises perform the most important economic, social, educational, health-improving and other functions. The restaurant industry is directly interconnected and interacts with the tourist and excursion complex, while acting as one of the conditions for the design and development of tours. The object of research is the restaurant industry. The purpose of the article is to consider the role of the restaurant industry in tourism.

Keywords: tourism, restaurant industry, catering, restaurant.

Структурно туристская индустрия состоит из большого числа сегментов, которые, в свою очередь, могут быть выделены в самостоятельные сферы деятельности. К их числу относят индустрию транспорта, индустрию размещения, индустрию питания, индустрию развлечений, туроператорскую и турагентскую деятельность, индустрию услуг, экскурсионную деятельность и др. В процессе предоставления туристских услуг, удовлетворения всего разнообразия потребностей туристов принимают участие сотни и тысячи разного рода предприятий, организаций, компаний, фирм, включая субъекты ресторанной индустрии.

В литературе существует немало определений понятия «ресторанная индустрия» и «ресторанный бизнес». Так, данные понятия встречаются в работах В. А. Антоновой [1, с. 46], А. Г. Вахромеевой [2, с. 77], М. В. Гордиенко [3, с. 10], Ю. В. Жилковой с соавторами [5, с. 7–9], Л. С. Кучер с соавторами [7, с. 14] и многих других. Обобщая понятия, представленные в этих публикациях, можно дать следующее определение: ресторанная индустрия – это совокупность предприятий общественного питания разного типа, объединенных общей целью и назначением – удовлетворение потребностей людей в разнообразной, здоровой и вкусной пищевой продукции, обслуживании их в процессе ее потребления.

Ресторанная индустрия включает разнообразные предприятия питания. И хотя каждое предприятие выполняет свои функции, их объединяет одна общая задача – организовать питание и обслуживание посетителей.

В то же время для всех предприятий ресторанной индустрии характерно стремление удовлетворения постоянно меняющихся потребностей клиентов, принятие разного рода мер по формированию постоянной клиентской базы, ее расширения за счет стимулирования повторных обращений, расширения спектра предоставляемых услуг и ассортимента предлагаемой продукции, проведения развлекательных мероприятий и т. д. Все это весьма необходимо в современных условиях развития информационно-коммуникационных технологий, когда отзывы о качестве и ассортименте продукции, соотношении цены и качества

блюдов, профессионализме работников, уровне обслуживания и тому подобному широко освещаются посетителями того или иного предприятия ресторанной индустрии в социальных сетях. Клиенты не будут посещать те заведения, где плохое обслуживание сочетается с некачественной продукцией.

Несмотря на то, что основными компонентами туристского продукта являются транспорт и размещение, ни одна туристская поездка не обходится без питания. Поэтому с полным основанием следует утверждать, что общественное питание выступает важной составной частью туристской индустрии.

Исторические факты свидетельствуют, что по мере развития туризма сформировалась, как самостоятельная отрасль, ресторанная индустрия.

Развитие ресторанной индустрии оказывает большое влияние на социально-экономические процессы. Во-первых, рост числа предприятий общественного питания содействует увеличению занятости населения. Во-вторых, часть работников вследствие внедрения процессов автоматизации, роботизации и цифровизации высвобождается из процесса производства и может быть вовлечена в процесс общественного приготовления пищи. В-третьих, развитие ресторанной индустрии способствует сокращению времени на приготовление пищи в домашних условиях (на приготовление обеда в расчете на одного человека в домашних условиях тратится в среднем от 40 до 50 мин. (с учетом приобретения продуктов), в то время как на предприятиях ресторанного хозяйства – 10–12 мин.), а, следовательно, увеличению времени на отдых и досуг, т. е. происходит процесс снижения издержек потребления. В-четвертых, данная отрасль содействует в восстановлении здоровья и трудоспособности населения [8].

Схематично роль и значение ресторанной индустрии в социально-экономической жизни показана на рисунке 1.

Ресторанный бизнес играет значимую роль в мировом хозяйстве, так как является достаточно распространенным видом бизнеса. В частности, в России в 2021 г. действовало 190,4 тыс. предприятий общественного питания [6]. И хотя эта отрасль одна из наиболее пострадавших от коронавирусной пандемии (с марта по июнь 2020 г. ресторанная деятельность была вообще приостановлена), число предприятий выросло по сравнению с 2017 г. на 1,9 %, а по сравнению с 2020 г. – на 4,6 %, а численность занятых в 2021 г. достигла 828,8 тыс. чел. (рост по сравнению с предыдущим годом составил 4,4 %) [6].



Рисунок 1. Роль и значение ресторанной индустрии.[8]

Вместе с тем особенность ресторанного бизнеса заключается в том, что его образуют предприятия малого бизнеса. В связи с этим он выступает как средство выгодного вложения капитала, позволяющего его владельцу достаточно быстро получить прибыль (средний оборот средств, вложенных в ресторан, происходит в 5–6 раз быстрее, чем инвестиции, вложенные, например, в магазин одежды [4]), а, с другой стороны, – как среда функционирования предприятий ресторанного бизнеса, характеризующаяся высоким уровнем конкуренции, т. е. высокой степенью неопределенности, риска. Это заставляет предприятия ресторанной индустрии осуществлять борьбу за клиентов, за повышение уровня их лояльности, за поиск новой целевой аудитории.

Ресторанная индустрия выступает важным звеном туристской отрасли, поскольку организация въездного и внутреннего туризма предусматривает формирование разветвленной системы общественного питания. В связи с этим рестораны играют огромную роль в развитии туризма как в стране в целом, так и в отдельных ее регионах.

Динамичному развитию ресторанной индустрии способствует достаточно быстрое развитие туризма, как международного, так и внутреннего. Благодаря прогрессу, происходящему в социально-экономической и политической жизни человечества (рост доходов населения, увеличение продолжительности жизни и свободного времени, борьба с преступностью, улучшение экологических условий и пр.), в туристские поездки вовлекается все большее число людей, туризм становится доступнее для широких масс населения. Эти процессы, а также постоянное повышение требований туристов к условиям проживания и питания, заставляют предпринимателей совершенствовать индустрию питания, улучшать и повышать качество обслуживания, расширять ассортимент предлагаемых услуг. При этом рестораторы преследуют цель – не только устоять в конкурентной борьбе, получить свою долю прибыли, но и постараться расширить свой бизнес.

Ужесточение конкуренции толкает рестораторов на осуществление инновационной деятельности, на повышение уровня сервиса, на расширение клиентской базы и обеспечение постоянных клиентов разнообразными поощрениями. Поэтому и появляются новые виды услуг: «час фортуны» и «счастливые часы» для гостей; гастрономические шоу; торжественная презентация блюд; бар-шоу; рыбалка и кулинарное приготовление в присутствии гостя; караоке; комнаты для курения; приглашение звезд, организация концертов; системы скидок и карты постоянным клиентам; выездной «catering» с организацией досуга и широким спектром разнообразных услуг; отдых и развлечения на воде, земле и в воздухе и т. п. [4].

Ресторанная индустрия играет важную роль в достижении общественных целей развития туризма. Услуги, предоставляемые предприятиями ресторанного бизнеса, занимают значимое место в туристской индустрии. Естественно, что предприятия ресторанной индустрии выполняют свою главнейшую функцию по обслуживанию туристов – обеспечение их питанием в период совершения туристской поездки. Однако, в процессе своего развития их роль сильно изменилась от удовлетворения чисто физиологических потребностей в еде, до реализации общественных потребностей в отдыхе, общении, развлечении, организации свободного времени. Таким образом, рестораны в туризме выполняют важную роль, которая представлена на рисунке 2.

Уровень развития предприятий ресторанной индустрии в значительной мере формирует спрос на туристские услуги в той или иной дестинации. В связи с этим ресторанная индустрия непосредственно взаимосвязана и взаимодействует с туристско-экскурсионным комплексом, выступая при этом одним из условий проектирования и разработки туров. В процессе реализации туров путешественники пользуются услугами предприятий питания.

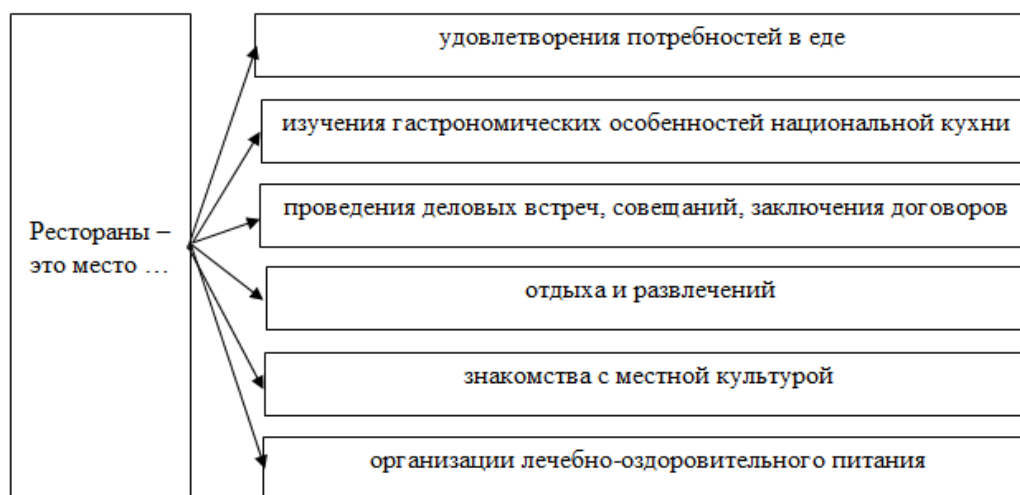


Рисунок 2. Роль ресторанов в туризме.

Деятельность предприятий ресторанной индустрии содействует развитию увеличению туристского потока в соответствующем регионе, а, учитывая, мультипликационный эффект, который создает туристская деятельность, это способствует комплексному развитию территории, увеличению доходной части регионального бюджета, повышению занятости в регионе, его инвестиционной привлекательности, росту деловой активности.

Предприятия ресторанной индустрии вплотную взаимодействует с туристско-рекреационным комплексом, с его лечебно-оздоровительным направлением. Предприятия питания в санаториях, на курортах и в других туристских комплексах осуществляют не только организацию диетического питания для клиентов, страдающих теми или иными формами заболеваний, организуют «специальные вегетарианские столы», но и пропагандируют идеи здорового образа жизни.

Впечатление от туристской поездки складывается не только от осмотра достопримечательностей, условий проживания, экскурсионного обслуживания и т. п., но и в немалой степени от посещения предприятий общественного питания, уровня предоставляемого в них сервиса. Рестораны – это место, где туристы в уютной и благоприятной обстановке заводят знакомства, знакомятся с обычаями, традициями и культурой других стран, устанавливают полезные контакты, проводят деловые переговоры и совещания и т. д.

Важную роль в обслуживании туристов играет схема их питания, которая зависит от вида тура, категории туристов, мест размещения туристов и прочих факторов. Условия питания туристов отражаются в туристской путевке, ваучере, договоре.

Чаще всего во время завтрака туристам предлагается схема «шведский стол», питание осуществляется по методу самообслуживания, при котором турист выбирает блюда по своему усмотрению из предлагаемого ассортимента. Вместе с тем возможны и другие схемы питания завтрака, который может быть заказан в кафе, буфете, ресторане при гостинице и/или принесен в номер, а также при оснащении номеров кухнями и мини-барами завтрак может готовиться туристами самостоятельно.

Турист при заключении договора должен оговорить схему питания: «полный пансион» или «полупансион». Схема питания «полный пансион» предусматривает трех- или четырехразовое питание, а при схеме «полупансион» туристу предоставляется или совмещенный обед-ужин, или ужин в установленное время.

Схема питания при организации самостоятельных путешествий (спортивных, охотничьих, альпинистских и др.), которые связаны с активными способами передвижения, предусматривает самостоятельное приготовление пищи из полуфабрикатов и концентратов, которые туристы, как правило, приобретают заранее и берут с собой в дорогу.

При совершении гастрономических туров в программе должны обязательно присутствовать изысканные и экзотические блюда и напитки национальной кухни.

Важным аспектом, способствующим получению сведений о роли общественного питания в развитии туризма, является изучение гастрономических мотивов туристов. Эти мотивы можно разделить на физиологические (питание – это жизненная потребность человека, еда воздействует на органы чувств человека) и культурные (через национальную кухню турист получает знания и представление о культуре страны, ее обычаях и традициях, с ее помощью туристы соприкасаются с местной культурой, выявляют ее отличительные признаки). Таким образом, гастрономические мотивы выступают одним из факторов совершения туристской поездки, в результате которой туристы знакомятся с уникальными и оригинальными особенностями той или иной страны или региона, а национальная кухня выступает важным элементом программы тура.

Таким образом, предприятия ресторанной индустрии активно взаимодействуют с туристско-рекреационным комплексом. В туристских центрах и дестинациях они играют особую роль, функционируя на территории туристских комплексов, заповедников, дворцово-парковых ансамблей и т. п., а объекты культурной и социально-экономической туристской инфраструктуры (музеи, театры, центры развлечений и т. п.), в свою очередь, планируют собственную деятельность совместно с предприятиями питания, что очень важно для развития туризма.

1. Антонова В. А. Ресторанный бизнес: дефиниции и место в инфраструктуре торгово-производственного комплекса / В. А. Антонова // Концепт. – 2015. – № 12. – С. 46–50.
2. Вахромеева А. Г. Роль ресторанного бизнеса как составной части индустрии туризма / А. Г. Вахромеева // Синергия наук. – 2017. – № 9. – С. 77–83.
3. Гордиенко М. В. Основы ресторанного бизнеса = The Basics of Restaurant Business : учеб. пособие / М. В. Гордиенко. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2018. – 80 с.
4. Евкова А. Сущность и классификация ресторанов / А. Евкова. – URL: <https://www.evкова.org/kursovye-raboty/suschnost-i-klassifikatsiya-restoranov> (дата обращения: 21.03.2023).
5. Жилкова Ю. В. Организация ресторанного бизнеса : учеб. пособие / Ю. В. Жилкова, З. В. Макаренко, Л. А. Насырова, В. И. Шариков. – Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2014. – 192 с.
6. За 2017–2021 гг. численность предприятий общественного питания в России выросла на 2 %: с 186,9 тыс. до 190,4 тыс. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13430/> (дата обращения: 01.03.2023).
7. Кучер Л. С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Л. С. Кучер, Л. М. Шкуратова, С. Л. Ефимов, Т. Н. Голубева; под ред. С. Л. Ефимова. – Москва : РКонсульт, 2002 (РГУП Чебоксар. тип. №1). – 464 с.
8. Тема 1. Сущность и особенности ресторанного бизнеса в современных условиях. – URL: <https://studfile.net/preview/7851086/> (дата обращения: 01.03.2023).

Золотилова Е.В.

Теоретические особенности ценообразования в агропромышленном комплексе страны

ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова

(Россия, Симферополь)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-184

Научный руководитель: Османов К.М.

Аннотация

В статье исследованы проблемы становления цен и рассмотрены основные факторы ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Показаны основные направления ценовой политики государства, которые направлены на обеспечение развития агропромышленного комплекса страны и ее продовольственной безопасности. Проведен анализ действующих методов государственного регулирования цен, а также представлены некоторые предложения относительно особенностей ценообразования на сельскохозяйственную продукцию.

Ключевые слова: цена, товар, ценообразование, агропромышленный комплекс, сельскохозяйственная продукция, себестоимость.

Abstract

The article examines the problems of price formation and considers the main factors of pricing for agricultural products. The main directions of the price policy of the state, which are aimed at ensuring the development of the agro-industrial complex of the country and its food security, are shown. The analysis of the current methods of state regulation of prices is carried out, and some proposals regarding the features of pricing for agricultural products are presented.

Keywords: price, goods, pricing, agro-industrial complex, agricultural products, cost.

Цена – денежное выражение стоимости товара. С уменьшением стоимости цена товара снижается и наоборот. Это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель – продать. Покупатель руководствуется своей потребностью в товаре, а также своей платежной способностью. Он ориентируется на возможность сделать выбор между товарами или их продавцами и на наличие товаров-заменителей [1].

Ценообразование – это связь между ценой и факторами ценообразования, а также способ формирования цены и ее изменение во времени. Цель и стратегия предприятия составляют экономическую политику предприятия, а цель и стратегия ценообразования образуют ценовую политику. В связи с этим ценовую политику предприятия можно определить, как ряд вытекающих из политики предприятия достаточно постоянных принципов, использующихся в ходе решения вопросов, связанных с установлением цен [2].

Одним из крупнейших народно-хозяйственных и жизненно важных для страны секторов экономики исторически всегда был и будет агропромышленный комплекс. Агропромышленный комплекс (АПК) – это сложная социально-экономическая система, определяющая условия поддержания жизнедеятельности общества, включающая в себя предприятия с различными формами собственности и хозяйствования, которые связаны между собой экономическими отношениями, по поводу производства, распределения и потребления сельскохозяйственной продукции. На долю АПК приходится 30 % валового национального продукта, из сельхозпродуктов формируется 75 % потребительских товаров, что также влияет на степень народного благосостояния [3]. Агропромышленный комплекс национальной экономики представляет собой совокупность целого ряда отраслей, взаимосвязанных технологически и экономически. Общей целью деятельности этих отраслей являются: продовольственная безопасность страны, наиболее полное удовлетворение нужд населения в продовольствии и потребительских товарах из сельскохозяйственного сырья, качественное улучшение условий жизни и труда села на базе повышения эффективности функционирования комплекса.

Ценообразование на сельскохозяйственную продукцию, как показывает практика, является сложной и актуальной проблемой, которая осуществляет мощное влияние на экономическое и социальное развитие предприятий и отраслей АПК, уровень жизни нашего народа. Понятие «ценообразование» как процесса сформулировано в следующей редакции: ценообразование представляет собой непрерывный экономический процесс формирования уровня цен на товары, работы и услуги, осуществляется их продавцом для реализации определенных экономических интересов в конкретных рыночных условиях под экономическим регулированием со стороны государственных органов управления.

Очевидно, что цены, по которым сельхозпроизводители реализуют свою продукцию, имеют для них решающее значение. В рыночном хозяйстве сельхозпроизводители вынуждены ориентироваться на получение прибыли, т.е. на превышение продажной цены продукта над издержками его производства и реализации. Без прибыли нельзя развивать материально-техническую базу воспроизводства, наращивать производительное и личное потребление. Величина прибыли зависит от издержек и цен реализации продукции, товаров и услуг [4].

Рынок продуктов АПК на данный момент признан наиболее специфичным. Здесь отмечаются следующие виды цен: закупочные, бартерные, биржевые. При этом закупочные цены формируются на базе следующих факторов:

1. Социально-экономические. Здесь подразумеваются различия между тремя основными группами производителей сельхоз продукции: частные лица, крестьянские хозяйства, крупные сельхоз предприятия.
2. Существенная государственная поддержка АПК. Под поддержкой понимают выделение финансирования для проведения необходимых работ, возмещения стоимости необходимых расходов, льготные кредиты, налогообложение по льготным ставкам и т.д.
3. Географические и природно-климатические факторы. Это факторы позволяющие выращивать в конкретной зоне тот или иной вид продукции.
4. Сезонность производства. Данный фактор обуславливает необходимость установки сезонных закупочных цен на сельхоз продукты. Они рассчитываются с учетом производственных затрат, которые повышаются в неблагоприятное время года. На ряд продуктов, которые относятся к категории основных продуктов животноводства и растениеводства и реализуются на основе государственных закупок, государственные органы устанавливают минимальные, фиксированные закупочные цены.

При формировании себестоимости ведущим компонентом является расход материалов собственного производства, к которым относятся удобрения, семена и корма. Важно учитывать, что, если время года благоприятное, климатические условия благополучные, в результате производство продуктов растениеводства в разы выше, чем в неблагоприятных условиях при сохранении уровня трудовых затрат.

Рост себестоимости на продукты собственного производства во время неурожая увеличиваются с учетом расходов на продукцию уже следующего года.

Таким образом, на рынке сельскохозяйственной продукции присутствует система свободного рыночного ценообразования под воздействием колебаний спроса и предложения без вмешательства государства, и в то же время государство активно воздействует на формирование доходов сельхозпроизводителей через установление квот и субсидий, а также предоставление ярмарочной площадки для торговли на безвозмездной основе. Чем значительнее расстояние перевозки, тем выше расходы на транспортировку, следовательно, выше цена на сельскохозяйственную продукцию. На ценообразование сельскохозяйственной продукции существенное влияние оказывает погодный фактор. Для производителей сельскохозяйственной продукции в целом низкий урожай в результате неблагоприятных погодных условий может быть благословением, и наоборот, очень большой урожай может обернуться невзгодами. Высокий урожай приведет к падению доходов, потому что, когда спрос неэластичен, увеличение объема проданного товара будет сопровождаться более чем пропорциональным падением цены.

Кроме того, среди основных факторов, влияющих на формирование цены на продукцию агропромышленного комплекса, можно выделить следующие: диспаритет цен, масштабное присутствие иностранной продукции, отсутствие необходимого уровня государственной поддержки местных сельхоз производителей, наличие большого количества звеньев в производственной цепочке, большая часть населения с низкой платежеспособностью, сезонность производства (заготовка кормовой базы, период лактации, период выращивания продукции растениеводства и др.), высокий уровень затрат на производство, короткий период сохранности продукции животноводства. Причинами убыточности производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции является высокая материалоемкость аграрного производства. Применение устаревшей техники и приемов ведения хозяйства обуславливает невозможность возврата затрат на получение продукции при текущем уровне цен, в результате выручка не покрывает производственную себестоимость продукции. На аграрном рынке товаропроизводители вынуждены одновременно реагировать на спрос, на ценовую реакцию покупателя, а не только на свои затраты, приближая цену предложения к цене спроса. Поэтому

ликвидная цена аграрной продукции может оказываться ниже минимального уровня средних переменных издержек. В настоящее время цена безубыточности, равная минимальному уровню средних совокупных издержек, достигается по многим товарам только за счет государственной поддержки.

Таким образом, ценовая политика заключается в том, чтобы устанавливать на продукцию цены и так варьировать ими, исходя из условий и рыночной ситуации, чтобы овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи производителей продукции. Продажа продукции растениеводства и животноводства не всегда приносит прибыль, так как затраты превышают рыночную стоимость сельскохозяйственной продукции. В связи с этим возникает необходимость государственной поддержки, направленной на компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей. В первую очередь необходимо централизованное установление закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.

В связи с этим на федеральном уровне создаются ресурсы для удовлетворения федеральных потребностей и потребностей субъектов Федерации - обеспечение экспорта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, а также необходимого уровня продовольственного снабжения, сил обороны и государственной безопасности.

На региональном уровне создаются ресурсы для снабжения детских, лечебных учреждений, для экспорта и создания запасов семян. Цены устанавливаются дифференцировано по природно-экономическим зонам, имеют развитую, гибкую систему надбавок и скидок.

На все виды продукции существуют базисные кондиции (это основная норма качества, установленная ГОСТом) и ограничительные кондиции — условия стандарта, ниже границ, которых продукция теряет принадлежность к той или иной группе качества.

Так, при продаже кондиционного зерна государством сумма оплачивается полностью и зачисляется в план продаж. Если зерно продается лучшего качества, производитель получает денежную или натуральную надбавку. Если зерно не отвечает требованиям базисных кондиций, при оценке взимаются натуральные и денежные скидки.

Гарантированные цены на сельскохозяйственную продукцию применяются, если средние рыночные цены ниже затрат. Доплаты товаропроизводителям в сфере агропромышленного производства рассчитываются на основе целевой цены и устанавливаются органами государственной власти.

Перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, продающегося по гарантированным ценам, объем реализации, Уровень цен и их индексация устанавливается Правительством РФ.

1. Экономика организации (предприятия): учебное пособие/ Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас. – 2-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург: Изд-во УМЦУПИ, 2018. – 260 с.
2. Особенности ценообразования на предприятиях АПК Пашина Л.Л. Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11. № 5-1. С. 105-112.
3. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия : учебник для вузов / В. М. Тарасевич. – 2-е изд. – СПб: Питер, 2003. – 288 с. – ISBN 5-318-00071-1. 3. Деева А. И. Цены и ценообразование : учеб. пособие / А. И. Деева. – Москва : КноРус, 2011. – 356 с. – ISBN 978-5-406-00495-1.
4. Политика ценообразования на сельскохозяйственную продукцию Белорецкого района республики Башкортостан Павлова Д.А. В сборнике: Современные исследования природных и социально-экономических систем. Инновационные процессы и проблемы развития естественнонаучного образования. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией О.В. Янцер, Д.Н. Липухина, Ю.Р. Ивановой. 2017. С. 261-266.

Идигова Л.М.¹, Абуезидов М.Р.¹, Плис С.А.²

Социально-экономические условия формирования и развития трудового потенциала

¹Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)

²Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-185

Аннотация

В статье исследованы вопросы формирования трудового потенциала региона. Рассмотрены основные подходы к толкованию с позиции социально-экономической сущности категории. Отражены предпосылки введения в отечественный научный оборот термина «трудо́вый потенциал региона» и варианты его интерпретация рядом исследователей.

В статье также исследованы вопросы социального партнерства в сфере труда, что является одним из важнейших принципов, лежащих в основе современного механизма правового регулирования социально-трудовых отношений. Трудовой потенциал является основным ресурсом регионального рынка труда, а его развитие в условиях современной экономики требует новых подходов, адекватных политике модернизации на уровне региона.

Ключевые слова: трудовой потенциал, социальное партнерство.

Abstract

The article examines the issues of the formation of the labor potential of the region. The main approaches to interpretation from the standpoint of the socio-economic essence of the category are considered. The prerequisites for the introduction of the term "labor potential of the region" into the domestic scientific circulation and its interpretation by a number of researchers are reflected.

The article also examines the issues of social partnership in the field of labor, which is one of the most important principles underlying the modern mechanism of legal regulation of social and labor relations. Labor potential is the main resource of the regional labor market, and its development in the conditions of the modern economy requires new approaches adequate to the modernization policy at the regional level.

Keywords: labor potential, social partnership.

Исследования региональных проблем социально-экономической сферы показывают, что трудовой потенциал используется не в полной мере и не соответствует условиям перехода к инновационному развитию экономики. Непрерывающийся процесс преобразования социально-экономической системы страны привел к большой дифференциации регионов по уровню жизни, конкурентоспособности, роли в межрегиональном и международном обмене, серьезные изменения претерпевают система занятости, а безработица все больше выступает в качестве фактора социального риска. В связи с этим возникает необходимость разработки современных подходов к оценке эффективного использования качественных показателей функционирования развития региона, его трудового потенциала.

Действующее в настоящее время законодательство о труде закрепляет социальное партнерство в качестве одного из принципов правового регулирования труда. Такое решение общества (и, соответственно, законодателя) вполне оправданно — ибо альтернативы между такими категориями, как классовая борьба и социальный мир, на самом деле не существует — если, конечно, мы не желаем получить активное социальное противостояние внутри общества, разрушительные последствия которого, вплоть, в конечном счете, до уничтожения государственности, нам хорошо известны. Альтернативы, стало быть, нет, и, следовательно,

социальное партнерство (классовое сотрудничество или социальный диалог) становится единственно возможной формой взаимодействия между различными социальными группами, в том числе и прежде всего в сфере общественного труда. Проблема заключается лишь в выявлении наиболее эффективных форм (направлений) социального партнерства.

Широко известной и наиболее распространенной является форма социального партнерства с участием профессиональных союзов. Как известно, современный механизм правового регулирования труда, действующий в условиях плюралистической (рыночной) экономики, основывается на сочетании трех методов регулирования — индивидуально-договорном, коллективно-договорном и государственном регулировании. Эта модель, будучи общепризнанной, нашла легитимацию и в отечественном законодательстве.

Поэтому нет ничего удивительного в том, что и наука трудового права обращает внимание если не исключительно, то по преимуществу именно на эту модель (форму или направление) социального партнерства.

Между тем эта модель, как отмечает исследователь Е. Б. Хохлов из Санкт-Петербургского государственного университета, при всей своей практической важности и значимости, обладает некоторыми изъянами, которые при определенных условиях могут оказаться существенными, причем как для отдельных граждан, так и для общества в целом.

В частности, в деятельности профсоюзов естественным образом прослеживается своего рода «корпоративный эгоизм» — например, оборотной стороной их борьбы за повышение ставок заработной платы может явиться устранение с рынка труда некоторого количества социально активных граждан, т. е. возникает угроза повышения уровня безработицы; стремление профсоюзов унифицировать условия оплаты труда ведет к нежелательным тенденциям — например, к утрате рынком гибкости.

Кроме того, развитие новых технологий требует большего числа высококвалифицированных специалистов, а это влечет за собой индивидуализацию условий применения их труда; соответственно коллективный договор становится слишком грубым инструментом регулирования, и работники стремятся урегулировать условия своего труда в порядке индивидуально-договорного регулирования, что, в свою очередь, приводит к падению численности профсоюзов.

В нашей стране в советскую эпоху довольно широко использовались разного рода организационные формы участия персонала (участия в управлении трудом), хотя и применительно к этой форме нельзя говорить о развитии ее, поскольку развитие (и стимулирование со стороны государства) в один период сменялось отрицанием участия вплоть до полного запрета (30-е гг.). И даже когда государство стремилось обеспечить развитие участия работников, попытки такого стимулирования оказывались настолько неэффективными, если не сказать неуклюжими, что они вызвали прямо противоположный эффект на практике (первая половина 80-х гг.).

Что касается участия в прибылях, то, как уже было сказано, эта форма в значительной мере связана с существованием самой категории прибыли, а потому ее применение на практике оказывалось весьма ограниченным. Тем более практически невозможным было применение такой формы, как участие в собственности. Обращаясь в заключение к законодательству, регламентирующему в настоящее время вопросы участия работников в делах работодателя, приходится констатировать чрезвычайную скудость соответствующего нормативного массива.

Действующий Трудовой кодекс, в своей главенствующей части посвященный социальному партнерству в форме представительства, весьма лаконичен относительно участия. Это в определенной мере объяснимо — ввиду, с одной стороны, необходимости решения чрезвычайной важности задачи построения механизма правового регулирования труда

применительно к условиям плюралистической экономики, где метод коллективно-договорного регулирования является ничем не заменимым компонентом; с другой стороны, известной экзотичности для нашего общества самой проблематики участия, в особенности участия в собственности.

1. Аубакиров, Я. А. Национальная экономика: теоретико-методологические и практические проблемы развития: сб. научных трудов. Алматы: Триумф «Т», 2019. 408 с.
2. Егорова, М. С., Пищальников, И. Г. Трудовые ресурсы предприятия: оценка потребности и эффективности использования // Молодой ученый. — 2018. — №9. — С. 586-589.
3. Хохлов, Евгений Б. 2023. «Участие работника в делах работодателя: организационные формы и правовое регулирование (экономико-правовые аспекты).» Ежегодник трудового права 13: 119-131. <https://doi.org/10.21638/spbu32.2023.108>
4. Lemeunier, Francis. 1989. Principes et pratique du Droit des Societes. 10nd ed. Paris.
5. Maugey, Cristian. 1971. Les moyens juridiques de la participation dans l'entreprise en France et aux Etats- Unis. Paris.

Идигова Л.М.¹, Абуезидов М.Р.¹, Плис С.А.²

Цифровая экономика как фактор совершенствования формы организации трудовых отношений

¹Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)

²Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-186

Аннотация

В статье исследованы вопросы цифровой экономики как фактора совершенствования формы организации трудовых отношений, построенных на сочетании принципов динамичности и адаптивности к трансформации экономических процессов. Представлена авторская характеристика трудового потенциала как совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых потребностей, способностей, возможностей и условий развития, обеспечивающая его воспроизводство в условиях цифровизации. Большинство руководителей предприятий оказались не готовы к внедрению цифровых технологий и считают, что они негативно отразятся на уровне занятости населения. Напротив, другая часть руководителей предприятий активно внедряют цифровые технологии, пытаются повысить квалификацию сотрудников, чтоб они отвечали требованиям рынка труда.

Отметим, что цифровизация трудовых ресурсов предполагает достижение стратегических целей предприятия. Ведь на таких специалистах лежит ответственность за адаптацию сотрудников в организации и дальнейшем их стимулировании.

Ключевые слова: цифровизация, трудовой потенциал

Abstract

The article examines the issues of the digital economy as a factor in improving the form of organization of labor relations based on a combination of the principles of dynamism and adaptability to the transformation of economic processes. The author's characteristic of labor potential is presented as a set of interrelated and interdependent needs, abilities, opportunities and conditions of development, ensuring its reproduction in the conditions of digitalization. Most business leaders were not ready for the introduction of digital technologies and believe that they will negatively affect the level of employment of the population. On the contrary, another part of the heads of enterprises are actively implementing digital technologies, trying to improve the qualifications of employees so that they meet the requirements of the labor market.

It should be noted that the digitalization of labor resources presupposes the achievement of the strategic goals of the enterprise. After all, such specialists are responsible for the adaptation of employees in the organization and their further stimulation.

Keywords: Smart City project, digitalization, urban environment development.

В условиях перехода к цифровой экономике и применения цифровых технологий в различных отраслях экономики возникает необходимость в пересмотре стратегических целей предприятия и дальнейшей цифровой трансформации производственных процессов. В эпоху перехода от традиционной экономики к цифровой экономике конкурентоспособность предприятий во многом определяется внедрением инновационных технологий и оперативного реагирования на изменения внешней среды.

В современных условиях большинство предприятий предпочитает вести бизнес в режиме онлайн, что стало триггером формирования новых подходов в сфере трудового потенциала предприятий. Это привело к развитию корпоративных сетей, онлайн-образования, применению искусственного интеллекта в управлении производственными процессами, созданию мобильных приложений, обеспечивающих быстрый доступ к информации. Отметим, что перечисленные инструменты цифровой экономики играют определяющую роль в управлении бизнесом в современном мире. [1]

В мире, который быстро изменяется и требует быстрой адаптации людей к изменяющимся условиям, люди столкнулись с проблемой нехватки времени на получение образования для повышения квалификации, возможности покупки вещей или приятного времяпровождения за любимым делом. Цифровые технологии, в свою очередь, направлены на сокращение временных издержек в поездке, совершении покупок, возможности получить образование в любой точке мира, без привязки к географическому местоположению. Этим объясняется актуальность применения цифровых технологий в управлении персоналом.

Особенно актуальным стал этот вопрос во время пандемии COVID-19, когда работники организаций оказались переведены на удаленный режим работы. Несмотря на карантин, находясь дома, персонал предприятий смог выполнять рабочие задачи в обычном режиме, не допуская простоя предприятия. При этом спрос на цифровые технологии порождает предложения. Так, возникла потребность в контроле персонала предприятия и выполняемых рабочих задач, что породил спрос на определенные программы. Спрос, в свою очередь, привел к возникновению программ контроля рабочего времени сотрудников с возможностью трансляции происходящего на экране сотрудника в онлайн-режиме. Одним из таких программ стали программы Kickldler, ActivTrak, Teramind, Hubstuff, Time Doctor. Сегодня основными проблемами в области цифровизации трудового ресурса предприятий являются нехватка специалистов с цифровыми навыками и низкий уровень автоматизации управления персоналом.[2]

В условиях обострения конкуренции компании заинтересованы в повышении квалификации персонала, в получении ими дополнительных знаний и освоении инновационных технологий в целях стратегического развития предпринимательской деятельности. В свою очередь, чтобы оставаться конкурентоспособным, персоналу предприятия необходимо выполнять рабочие задачи на высшем уровне, что требует дальнейшего улучшения навыков в цифровом мире без отрыва от работы. Поэтому возникла необходимость в онлайн-образовании, что, соответственно, породило множество онлайн-университетов и различных курсов, предлагающих повышение квалификации в дистанционном режиме.

Дистанционное обучение имеет ряд преимуществ, в первую очередь, связанных, с возможностью освоения программ из любой географической точки мира при наличии Интернета. Обучение проходит на специальной образовательной платформе, где обучающийся имеет возможность прослушать лекции, выполнить домашнее задание и отправить на проверку преподавателю, который в онлайн-режиме ответит на вопросы ученика и проверить выполненное задание.

Исходя из вышесказанного, отметим, что цифровизации системы управления персоналом препятствует ряд проблем, связанных с низкой квалификацией сотрудников организаций, обладающих цифровыми навыками и недостаточным уровнем автоматизации процессов управления персоналом.

Во-первых, мы отмечаем, что в условиях применения цифровых технологий необходимо оперативно реагировать на изменения внешней среды. Так, спрос на цифровые технологии за контролем рабочего процесса сотрудников привел к возникновению различных программ по контролю рабочего времени персонала.

Во-вторых, внедрение цифровых технологий в управлении персоналом предприятия требует наличия кадров, обладающих цифровыми навыками. Для удовлетворения спроса на рынке труда в квалифицированных кадрах стали возникать онлайн-университет, позволяющие получить соответствующие цифровые навыки без привязки к географической местности. Единственным условием для прохождения соответствующих курсов является наличие Интернета. [3]

В-третьих, основными предприятиями, применяющими цифровые технологии в HR являются предприятия в сфере ИТ, промышленности финансов. Остальные отрасли экономики отстают в применении цифровых технологий. Наблюдается дисбаланс между предпринимателями, готовыми внедрить цифровые технологии и теми, кто не готов ускорить процесс цифровизации предприятий. Около 88% предприятий в той или иной форме инвестируют в цифровые технологии. [4]

Следует отметить, как минимум, две причины, препятствующие цифровизации управления персоналом. Для решения возникших проблем принимаются различные меры. Одной из таких мер является повышение квалификации персонала и оказание государственной поддержки тем предприятиям, которые стремятся к активному применению цифровых технологий в HR. Цифровизация HR играет важную роль в отборе работников для вакантных должностей. В свою очередь, потенциальные работники получают возможность подбирать те вакансии, которые соответствуют их запросам. Кроме того, внедрение искусственного интеллекта позволит потенциальным работникам получать действенные советы для получения необходимой должности.

1. Идигова Л.М., Бишаев С.А. Стратегические подходы в условиях цифровой трансформации менеджмента в современных компаниях// ФГУ Science, №1, 2020 г.
2. Рамзанов А.М. Современное стратегическое планирование как план действий экономического развития региона// Научно-аналитический журнал Вестник Чеченского государственного университета. 2017. №3. С.99-104.
3. Хадужева Я.А., Хатаева А.М., Чагаева Ф.А. Основы управления социальным обеспечением населения// ФГУ Science, №4, 2020 г.
4. Саидов З.А., Ялмаев Р.А. Влияние цифровых преобразований на экономику и жизнь человека // ФГУ Science, №2, 2021 г., с.63-68

Иляшевич Д.И.

Еврооблигации: понятие, основные характеристики и виды

*Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского
(Россия, Молодежный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-187

Аннотация

В статье рассмотрено понятие еврооблигаций, проведен ряд специфических видов еврооблигаций, показаны основные их характеристики, к которым можно отнести номинал еврооблигации, дата погашения, купон, рыночная стоимость и т.д.

Ключевые слова: еврооблигация, евроноты, евробонды, ценные бумаги, эмитент.

Abstract

The article considers the concept of Eurobonds, draws a number of specific types of Eurobonds, shows their main characteristics, which include the face value of Eurobonds, maturity date, coupon, market value, etc.

Keywords: eurobond, euronotes, eurobonds, securities, issuer.

Еврооблигации выступают в качестве ценных бумаг, которые позволяют их эмитенту дополнительно привлечь инвестиции в иностранной валюте. Делятся на два типа:

- Евробонды, под которыми понимаются ценные бумаги на предъявителя и которые могут выпускаться без обеспечения.
- Евроноты – это так называемые «именные» бумаги, денежное обеспечение для них обязательное условие.

Также выделяют ряд специфических видов еврооблигаций:

- Евробонды и евроноты, которые выпускаются для продажи на азиатском финансовом рынке («dragon»).
- Субординированная еврооблигация подчинена основной, имеет младший ранг (обладают высоким риском, занимают последние места в рейтинге).

В качестве основных характеристик можно отнести:

- Номинал еврооблигации. В ней отражена цена покупки облигации на дату погашения.
- Дата погашения.
- Купон. Представляет собой доход (выражен в процентах), который эмитент направляет держателю бумаги.
- Рыночная стоимость.

Нахождение в слове приставки «евро» никак не связано с географией выпуска или обращения ценной бумаги. Это традиционное название, которое возникло в 20 веке в Европе.

В качестве покупателя еврооблигаций могут выступать институциональные инвесторы, среди которых выделяют страховые фонды, инвестиционные фирмы и пр.

Виды еврооблигации.

Этот тип ценных бумаг имеет разные виды. Основные различия можно отметить в вариантах выплаты доходов и в способах и сроках погашения.

По вариантам доходности выделяют:

- евробонды с фиксированной ставкой. Процент по ней заранее определен и выплачивается с периодичностью один-два раза в год. Как правило, такие облигации долгосрочные;
- облигации с плавающей процентной ставкой. Доходность привязана к финансовому инструменту. В случае евробондов — это лондонская ставка LIBOR. Периодически процент пересматривается в зависимости от этого показателя;
- бумаги с нулевым купоном. По ним не происходит никаких выплат. Таким образом, доходность получается за счет спекуляции на цене покупки и продажи;
- еврооблигации с приростом капитала гарантируют, что цена погашения будет выше номинала и цены размещения;
- глубокий дисконт (скидка) сигнализирует о том, что облигация продается по цене ниже к погашению.

По сроку действия займа можно отметить:

- краткосрочные облигации — их «жизнь» длится не более года;
- среднесрочные — от 1 до 10 лет;
- долгосрочные — более 10 лет, может достигать 40 лет.

Что касается даты погашения, то выделяют евробонды с единой датой, несколькими датами и заранее оговоренной датой досрочного погашения.

Зачем компании выпускают еврооблигации

Компании выпускают еврооблигации для получения инвестиций в свой бизнес, которые выражены в иностранной валюте. Эмитент – международная организация, правительство, крупнейшие компании. Контрольные функции находятся в ведении международной ISMA. Благодаря ее деятельности все участники рынка работают на идентичных условиях, к ним предъявляются определенные требования. Также она призвана решать возникающие споры между эмитентом и инвестором.

Примеры еврооблигаций в России и за рубежом

Компании в России достаточно активно применяют данный инструмент, чтобы привлечь иностранные вложения в свой бизнес. В качестве ключевых эмитентов на российском рынке еврооблигаций выступают Альфа-Банк, Московский кредитный банк, РЖД, Газпром и Норникель. Евробонды подчинены нормам английского права. Поэтому в случае возникающих проблем во выводу средств или их выпуском, необходимо обращаться в Великобританию. Поэтому риски для инвесторов в России немного завышены, чем в других европейских странах. Процентные ставки по российским еврооблигациям достаточно высоки. Составляют около 9-10 % в год .

Примерами иностранных еврооблигаций, которые приносят хороший доход российским эмитентам, можно назвать ценные бумаги, которые выпускаются в Турции, Мексике, Польше.

Значимыми иностранными эмитентами также являются:

1. Италия. Еврооблигации, которые выпускаются в республике, имеют высокую доходность по купону. Эмитент – банки и крупные фирмы. Ставки на итальянские еврооблигации достигают до 8% годовых. В декабре 2017 года было выпущено в оборот евробондов, общей стоимостью порядка 5 млрд. евро. Цель – достижение финансовой независимости и получение дополнительной прибыли. Большая часть итальянских еврооблигаций предназначена для продажи на закрытом рынке. Получить данные по ним можно через финансового брокера.
2. Франция. Еврооблигации во Франции выпускаются достаточно консервативным путем. Их количество на финансовом рынке небольшое. Распространяются на территории страны (в большей части). Также французские эмитенты не выпускают еврооблигации под иностранную валюту. В качестве примеров выступают еврооблигации автомобильной компании Рено. Процентные ставки по ним достигают до 8% годовых.
3. Банки Германии, частные крупные корпорации и иные фирмы достаточно активно работают над организацией долгового рынка в стране. Это один из ключевых заемщиков на рынке Европы. Входит в состав тройки стран, которые выпускают большее количество еврооблигаций в мире (сюда также входят Великобритания и Соединенные Штаты Америки).
4. В США к 2018 году выпущено порядка 6830 евробондов, что составляет общее количество выпущенных долговых обязательств в Великобритании и Германии. Выпускаются как государственными, так и муниципальными органами власти. Американский рынок еврооблигаций самый прозрачный, эмитенты очень редко становятся банкротами.

1. Газалиев, М. М. Рынок ценных бумаг : учебное пособие / М. М. Газалиев, В. А. Осипов. — Москва : Дашков и К, 2021. — 160 с. — ISBN 978-5-394-04210-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229730>
2. Иляшевич, Д. И. Современное состояние рынка ценных бумаг в США / Д. И. Иляшевич, А. В. Васильева // . — 2020. — № 11-11(67). — С. 72-76.
3. Николаева, И. П. Рынок ценных бумаг : учебник / И. П. Николаева. — Москва : Дашков и К, 2020. — 256 с. — ISBN 978-5-394-03586-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229724>
4. Рынок ценных бумаг : учебник / В. А. Зверев, А. В. Зверева, С. Г. Евсюков, А. В. Макеев. — Москва : Дашков и К, 2021. — 256 с. — ISBN 978-5-394-04472-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229727>
5. Электронный ресурс: <https://quote.rbc.ru/dict/Eurobond#p2> .

Исмагилова А.А.**Организация оплаты труда в современных экономических условиях***Казанский государственный аграрный университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-188

Аннотация

Плата труда представляет большую значимость в формировании экономики страны, а также росте благополучия людей. В ней приобретает собственное представление обширный аспект финансовых взаимоотношений среди общества, трудовым коллективом, а также сотрудниками согласно предлогу их роли в социальном труде и его плате. С одной стороны, заработная плата считается главной основой роста благополучия работников, с иной, - значимым рычагом материального стимулирования подъема и улучшения социального производства.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, производительность, рыночная экономика, производительность.

Abstract

Wages are of great importance in the formation of the country's economy, as well as the growth of people's well-being. In it, an extensive aspect of financial relations among society, the labor collective, as well as employees acquires its own representation according to the pretext of their role in social work and its payment. On the one hand, wages are considered to be the main basis for the growth of the well-being of workers, on the other - a significant lever of material stimulation of the rise and improvement of social production.

Keywords: wages, wages, productivity, market economy, productivity.

Главная цель предприятия заработной платы заключается в том, чтобы установить плату труда в зависимости от его коллектива, а также свойства рабочего взноса любого сотрудника и вместе с тем наиболее увеличить побудительную функцию взноса каждого. Предприятие оплаты труда подразумевает: - установление конфигураций, а также концепций оплаты работы сотрудников предприятия; - исследование критериев, а также установление объемов доплат за единичные свершения сотрудников и специалистов организации; - исследование концепции должностных окладов служащих; - подтверждение характеристик, а также концепции премирования работников. Заработная плата непосредственно сопряжена вместе с производительностью труда. Эффективность работы - основной коэффициент производительности движения труда, предполагает собою умение определенной работы возмещать в единицу времени конкретный объем продукта. А заработная плата, принадлежащая к финансовому вознаграждению, оплачиваемому сотруднику за проделанную работу. Урегулирование оплаты труда исполняется в основании сочетания мер правительственного влияния вместе с системой соглашений.

Государственное урегулирование оплаты труда содержит: - законодательное формирование, а также перемена наименьшего объема оплаты труда в Российской Федерации; - налоговое урегулирование денежных средств, обращаемых в плату труда предприятиями, и кроме того прибыли физических лиц; -установление областных коэффициентов, а также процентов надбавок; -установление муниципальных гарантий по плате труда. Последовательность начисления заработной платы сотрудниками абсолютно всех категорий регламентируют разнообразные формы, а также порядок заработной платы. Формы и порядок заработной платы - данный метод определения связи среди количества и качества работы. С целью данного применяются разнообразные характеристики, отображающие итоги труда, а также отработанный период. Другими словами, форма оплаты труда определяет, как расценивается работа при его плате: по определенной продукции, по потраченному времени

либо по персональным, либо совместным итогам работы. С этого, равно как форма труда применяется в организации, находится в зависимости состав заработной платы:

Преобладает ли в ней условно-постоянная доля (курс, доход) либо переменная (сдельный заработок, вознаграждение). В соответствии с этим различным станет воздействие материального одобрения в характеристики работы отдельного сотрудника либо коллектива бригады, места, цеха. Тарифная концепция - это комплекс нормативов, присутствие поддержки каковых исполняется дифференцирование, а также урегулирование степени заработной платы разных групп и категорий сотрудников в зависимости от его трудности. К количеству главных нормативов, которые включаются в тарифную систему и являются ее основными элементами, относятся тарифные сетки, а также ставки, тарифно-квалификационные справочники.

Тарифные сетки согласно плате труда - это механизм дифференциации оплаты работы в связи с его трудности (квалификации). Они предполагают шкалу пропорций в плате труда разных групп сотрудников, содержат число разрядов и определенных им тарифных коэффициентов. С целью тарификации трудов и присвоения тарифно-квалификационных разрядов предусмотрены тарифно-квалификационные справочники, в каковые введены тарифно-квалификационные свойства: они включают условия, предъявляемые к этому либо другому уровню сотрудника надлежащей специальности, к его фактическим, а также абстрактным познаниям, к образовательному уровню, отображению трудов, более зачастую встречающихся согласно специальностям и квалификационным разрядам.

Главная цель распределения оклада состоит в том, чтобы грамотно учитывать вложение любого сотрудника в единые итоги работы. Используются 2 главных способа распределения группового оклада среди членов бригад. Первый способ состоит в том, что доход делится среди членов групп соответственно тарифным ставкам, а также проработанному периоду. Второй - вместе с содействием «коэффициента рабочего участия». Бестарифная концепция оплаты труда предполагает собой подобную концепцию, присутствие каковой заработной оплата абсолютно всех сотрудников представляет собой часть любого трудящегося в фонде оплаты работы. Бестарифная концепция оплаты труда применяется в обстоятельствах рыночной экономики, основной коэффициент которой согласно любому предприятию считается объем реализованного продукта и услуг. Чем больше размер реализованного продукта, вместе с тем наиболее результативно функционирует это организация, таким образом, заработная оплата изменяется в зависимости от размера производства. Данная концепция применяется для управления персонала добавочных работников, для сотрудников с периодичной оплатой работы.

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием от 12.12.1993) с учетом поправок, внесенных Законами РФ к Конституции РФ от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). Доступ из справ-правовой системы «Консультант Плюс»
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=171627> (дата обращения: 02.01.2016)
3. Алиев И.М., Горелов Н.А. Политика доходов и заработной платы: Учебник. М.: Феникс, 2019. С. 245-248.
4. Баткаева И.А. Организация оплаты труда персонала: Учеб.-практ. пособие/И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова; под ред. А.Я. Кибанова. М.: Проспект, 2017. С. 38.
5. Басовский Л.Е. Анализ системы оплаты труда работников. -М.: ИНФРА-М, 2017. -222 с.
6. Нестеров В.И. Показатели эффективности деятельности как основа для внедрения новой системы оплаты труда//Заработная плата. Расчеты. Учет. Налоги. -№10 (153) -2019. -с. 69-73.
7. Пашуто, В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебно - практическое пособие/В.П. Пашуто. -М.: КнОРУС, 2018. -320 с.
8. Салихов Б.В. Основы рыночной экономики: Курс лекций. -М.: Гуманитарная академия ВС, 2019.
9. Салихов Б.В. Основы рыночной экономики: Курс лекций. -М.: Гуманитарная академия ВС, 2019.
10. Уварова А.С. Эффективная система оплаты труда как фактор мотивации сотрудников / Социосфера. 2017. № 2. С. 280-282. [Электронный источник] -<http://elibrary.ru/item.asp?id=22936274> (дата обращения 28.12.2015)
11. Федченко А.А. Концептуальные основы заработной платы/А.А. Федченко //Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. -2018. -№ 1. -С. 119-125.

12. Югов Е.А. Современные проблемы оплаты труда и основные пути их решения/Е.А. Югов//Вестник Воронежского государственного аграрного университета. -2018. -№ 3-4. -С. 63-72.
13. Вещунина Н.Л., Фомина Л.Ф. Анализ системы оплаты труда – М., 2017. – 543 с.
14. Гиляровская Л.Т. Оплата труда работников АПК. Изд.: Юнити, 2016. –277с.
15. Митрофанова И. А. Управление экономикой труда на предприятии: учеб. пособие. Волгоград: ВолгГТУ, 2018. – 35 с.
16. Пашуто В. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учеб. - практ. пособие. М.: Кнорус, 2016. – 320 с.
17. Рофе А. И. Экономика труда: учеб. / А. И. Рофе. – М.: КНОРУС, 2018. – 400 с.
18. Рынок труда: учеб./под общ. ред. Ж. Батчулууна и Б. Бэختора. – Улан-Батора: Содпресс, 2019. – 117 с.
19. Слезингер Г. Э. Труд в условиях рыночной экономики: учеб. пособие / Г. Э. Слезингер. – М.: Институт труда Минтруда РФ, 2017. – 336 с.
20. Экономика труда: учеб. / под ред. П. Э. Шлендера, Ю. П. Кокина. – М. : Юристь, 2018. – 592 с.
21. Экономика труда / под ред. М. А. Винокурова, Н. А. Горелова. – СПб. Питер, 2016. – 232 с.

Каплан Я.

Проблематика Метавселенной и аватар продукта: контекстный анализ

*Консалтинговая компания «Kaplan Research Company»
(Эстония, Таллин)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-189

Аннотация

Проблематика Метавселенной является, быть может, одной из самых ярких тем современного научного знания. Задействуя средства имерсивного интерфейса, Метавселенная имеет широчайший круг практических приложений от чисто технических тренажерных систем до решения организационно-экономических, гуманитарных и образовательных задач. Интегративный характер самой технологии Метавселенной объединяет проблемы познания, науки о человеке и специализированные формальные методы для описания виртуального мира. Хорошо известно, что уровень общественного благосостояния и образовательный уровень социума тесно взаимосвязаны. Поэтому, развивая познавательные и творческие возможности пользователя, в том числе и с помощью технологий Метавселенной, мы обеспечиваем посредством соответствующих образовательных программ высокий уровень следующего поколения специалистов. Можно с уверенностью сказать, что подобные специалисты безусловно понадобятся через 10-15 лет, а может быть и раньше. Для нужд образования особенную ценность Метавселенная представляет еще и тем, что она позволяет ввести пользователя в мир социо-культурных процессов.

Ключевые слова: метавселенная, виртуальная реальность, цифровые технологии, образовательное пространство, аватар продукта, цифровая ценность.

Abstract

The problematics of the metaverse is perhaps one of the most striking topics of modern scientific knowledge. Using the means of an immersive interface, the metaverse has a wide range of practical applications from purely technical training systems to solving organizational, economic, humanitarian and educational tasks. The integrative nature of the metaverse technology itself combines the problems of cognition, human sciences and specialized formal methods for describing the virtual world. It is well known that the level of social welfare and the educational level of society are closely interrelated. Therefore, by developing the cognitive and creative capabilities of the user, including with the help of metaverse technologies, we provide, through appropriate educational programs, a high level of the next generation of specialists. It is safe to say that such specialists will certainly be needed in 10-15 years, and maybe even earlier. For the needs of education, the metaverse is also of particular value because it allows the user to enter the world of socio-cultural processes.

Keywords: metaverse, virtual reality, digital technologies, educational space, product avatar, digital value.

На протяжении десятилетий грандиозный потенциал виртуальных миров существовал лишь на страницах научно-фантастических романов. Сегодня «Метавселенная» — одно из самых модных слов в технологиях, и оно с энтузиазмом воспринимается самой широкой публикой — от рядовых пользователей до разработчиков программного обеспечения. Растёт и число публикуемой научной, научно-популярной и публицистической литературы посвященной различным аспектам новой реальности. Разумеется, в ограниченном объеме одной статьи трудно одинаково глубоко осветить все связанные с метавселенными проблемы. Большинство публикаций по этой тематике посвящено техническим средствам (очки и шлемы виртуальной и дополненной реальности, перчатки и прочее), разнообразным мультимедийным играм и техническим приложениям. Однако, эти темы находятся за рамками нашего исследовательского интереса. Основной упор сделан на проблемы практического использования и творчества. Полагаю, что Метавселенная, как технология, может выступить мощным средством повышения творческой активности человека, его образовательного и культурного уровня.

Метавселенная — это общий иммерсивный виртуальный мир, в котором игроки, обычно представленные аватарами, могут взаимодействовать друг с другом, создавать опыт и создавать объекты и ландшафты в мире. Они обычно имеют свою внутреннюю экономику и валюту, с помощью которых пользователи могут покупать, продавать и обменивать любые цифровые активы, в том числе цифровую недвижимость, предметы, аксессуары для аватаров и многое другое.

Все чаще реальный мир перемещается в Метавселенную. Множество компаний регулярно проводят виртуальные мероприятия и фестивали, в которых принимают участие тысячи людей. Например, в 2021 году знаменитый аукционный дом Sotheby's открыл цифровую копию своей лондонской штаб-квартиры в блокчейн-игре Decentraland. Это пространство обладает в том числе многокомнатной виртуальной художественной галереей, которую могут просматривать пользователи метавселенной.

Метавселенные могут быть больше, чем просто областью для какой-либо деятельности — они могут вырасти в целые общества с экономикой и демократическим руководством.

Представляется, что Метавселенная — это следующий шаг в эволюции Интернета. Вместо того, чтобы смотреть на двухмерные веб-страницы на экране, пользователи будут входить в трехмерные миры в виде аватара (цифрового представления себя).

Метавселенная — это не просто какой-то причудливый новый способ блуждания пользователей в Интернете. Это мощный катализатор массового внедрения криптографии и новых видов цифровых активов. Криптоактивы вплетены в ткань Метавселенной. Это будут криптовалюты, монеты и токены, связанные с виртуальными мирами активы на основе блокчейна.

Сегодня, когда большинство людей пытаются объяснить, что такое Метавселенная, они сосредотачиваются на тех трехмерных мирах, которые похожи на компьютерные игры. Но это уже не совсем так. В отличие от той версии Интернета, которую мы используем сегодня, большинство мета-вселенных будут построены на блокчейне и будут иметь динамичную экономику, основанную на криптографии. Покупка земли в этих мета-вселенных будет очень похожа на покупку доменного имени в Интернете.

Сейчас, если у вас есть доменное имя, вы можете настроить веб-страницу и виртуальный бизнес по этому адресу, впоследствии — у вас будет страница внутри метавселенной. Если у вас есть виртуальный кусок земли, вы сможете создать на нем свой виртуальный бизнес. Фактически, координаты на карте метавселенной заменят веб-адреса.

В 2007 году я читал историю о бывшем генеральном директоре Microsoft Стиве Балмере, который отверг iPhone как игрушку — как будто iPhone был не чем иным, чем очередная игрушка для подростков. Конечно, сейчас все выглядит по-другому. Сегодня 3,8 миллиарда человек используют свои смартфоны для поиска новостей, покупок в Интернете, записи на прием к врачу, оплаты счетов, размещения сообщений в социальных сетях, банковских операций в Интернете, просмотра фильмов, назначения свиданий, проведения исследований и многого

другого. Смартфон и Интернет проникли во все сферы нашей жизни. Думаю, что криптоактивы в целом постигнет та же судьба.

Сегодня Технологические компании, такие как Google и Epic Games, бренды, такие как Gucci и Nike, и даже розничные торговцы, такие как Walmart, входят или даже формируют Метавселенную.

Метавселенная задумана как новый способ взаимодействия между людьми.

Одним из основных инструментов Метавселенной уже сегодня выступают NFT, которые обновляют стандарты ведения дел в бизнесе, обеспечивая столь необходимую прозрачность и доступ к рынкам активов. Поскольку каждый NFT уникален, токены и элементы Метавселенной можно закодировать, чтобы легко доказать их происхождение и надежность внутри Метавселенной. И хотя метавселенные все еще находятся на ранних стадиях разработки, эти новые миры открывают интригующие финансовые возможности на будущее — и новые способы зарабатывания денег на всем этом.

Попросите члена сообщества NFT дать определение Метавселенной или «web3» (термин, которым описывают Интернет следующего поколения, включающий криптовалюту, NFT и иммерсивную реальность), и вы, скорее всего, получите бессвязный ответ о децентрализации и будущем, в котором цифровые сообщества владеют Интернетом. Но приложите немного больше усилий, и вы сможете открыть для себя некоторые истины о будущем, которые предлагает сообщество NFT. NFT — это, по сути, инвестиции в метавселенную.

Сообщество NFT ожидает появления полностью захватывающих виртуальных миров, которые будут иметь приоритет над физическим миром или, по крайней мере, существовать параллельно ему. Я считаю, что скоро цифровая собственность в Метавселенной уже не будет чем-то новым. Это будет просто собственность. Если учесть, что уже сейчас наша цифровая жизнь становится для нас такой же важной, как и наша физическая жизнь, то я допускаю, что рынок цифровых активов может в скором будущем стать таким же большим (или даже больше), чем рынок физических активов. Это допущение наглядно иллюстрирует всплеск инвестиционного интереса к технологиям метавселенных со стороны крупнейших финансовых корпораций.

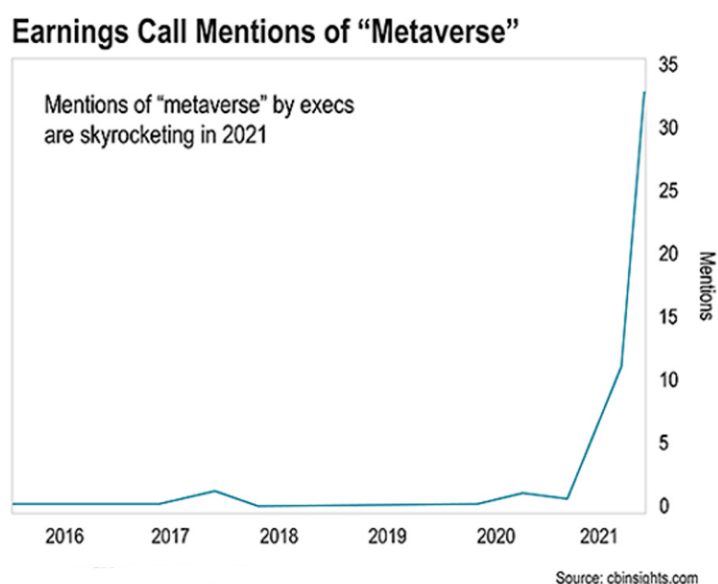


Рисунок 1. Всплеск упоминаний «Метавселенной» в годовых финансовых отчетах крупных компаний.

Мы переживаем очень интересное время, когда на наших глазах происходит появление совершенно нового мира — цифрового мира. Цифровой мир имеет значительные преимущества перед физическим миром.

Расстояния можно преодолевать без потери времени. Фактор времени сам по себе приобретает другое значение, потому что в новых условиях время легко «отматывается» назад. Границы между реальными образами и вымышленными образами стираются.

Дженсен Хуанг (Jensen Huang), соучредитель и генеральный директор производителя чипов Nvidia сказал Yahoo Finance в интервью в 2021 году: «Экономика виртуального мира будет намного больше, чем экономика физического мира. У вас будет больше автомобилей, построенных и спроектированных в виртуальных мирах, у вас будет больше зданий, больше дорог, больше домов — больше шляп, больше сумок, больше курток. Возьмем легендарного производителя обуви Nike (NKE). Он зарегистрировал товарные знаки для виртуальных загружаемых кроссовок и других цифровых товаров для метавселенной. Это отличный ход. Метавселенная станет новым центром социального взаимодействия. Это похоже на то, чем был местный паб на протяжении веков... телевидение было на протяжении десятилетий... ранние интернет-чаты были в 1990-х... а сегодня Facebook, Instagram и Snapchat (деятельность организации Meta Platforms Inc, ее продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации).. Скоро мы все выйдем в онлайн новым и преобразующим способом. Такие компании, как Nike, видят, что происходит, и заранее позиционируют себя» [1].

Лично я также убежден, что из-за экспоненциального роста технологий и новых возможностей, которые открываются благодаря этим технологиям, в ближайшие годы цифровой мир превзойдет физический.

Это означает, что скорость, рост и сложность всех процессов увеличатся в несколько раз.

Естественно, что технологии и инструментарий Метавселенной как нельзя лучше подходит для нужд образования. «В метавселенной обучающийся может попасть в самый центр физической или химической реакции, повлиять на исход исторического сражения, увидеть деление атомов и процессы, происходящие в космосе, или же препарировать виртуальную лягушку (как это позволяет приложение Froggipedia). Использование искусственного интеллекта позволяет собирать данные об успехах школьников или студентов. Анализ Big Data помогает выбрать оптимально подходящие для обучения конкретного пользователя игровые или иные ситуации. В них человека плавно подводят к практическому и интересному для него применению получаемых знаний. Оценка знаний учащихся серьезно уточняется. Она, с одной стороны, носит геймифицированный, игровой, развлекательный характер, а с другой — максимально приближена к жизненным условиям, где полученные знания могут быть применены (например, это может быть оказание первой медицинской помощи, управление транспортным средством или же проведение химического эксперимента)» [2].

В этом новом мире особое место будет отведено новому виду ценности – цифровой ценности.

Создание цифровой ценности — это любое создание ценности, основанное на использовании цифровых технологий [3].

В этом определении нет описания характеристик самого продукта, его целевой аудитории, а есть только указание на категорию рынка — контекст, в котором она находится, включая канал взаимодействия (цифровые технологии). Получается, что все продукты для всех типов потенциальной аудитории, соответствующие контексту взаимодействия с потребителями с помощью цифровых технологий, обладают цифровой ценностью. Таким образом, мы определяем создание цифровой ценности не через уникальные характеристика продукта самого по себе, а через контекст взаимодействия с потребителями. В данном случае — посредством цифровых технологий.

Возьмем, к примеру, Nike. В заявке на регистрацию товарного знака, которую Nike недавно подал в патентное управление, встречается фраза «услуги розничного магазина с виртуальными товарами». Это означает, что теперь у Nike есть виртуальная обувь. Но какой ценностью она обладает, ее же нельзя надеть на ноги и пойти прогуляться по городу? Как мы видим, ценность — это понятие относительное и зависит от выбранной точки зрения потребителей. Здесь мы имеем дело с очень интересным феноменом.

«Наше представление о возможных исходах влияет на то, к каким исходам мы стремимся. Тем самым наша способность решать проблемы ограничивается нашими же представлениями о том, какие цели достижимы», — писал гуру современного менеджмента Р. Акофф [4]. Другими словами, наше представление о чем-либо (выбор точки зрения) определяет нашу способность решать проблемы.

На примере виртуальной обуви можно проследить, что речь идёт о совершенно другом контексте взаимодействия. Представьте, вы покидаете виртуальный конференц-зал, в котором происходила виртуальная встреча, и отправляетесь в один из виртуальных магазинов Nike. Там вы приобретаете новую пару виртуальных кроссовок, затем надеваете их и идёте на виртуальный концерт с друзьями. Это и есть пример метавселенной — постоянно действующего виртуального пространства, в котором люди могут взаимодействовать друг с другом и с цифровыми объектами.

По сравнению с устоявшимися технологическими тенденциями метавселенная — это небольшое «горчичное зерно», готовое к быстрому росту.

Для сравнения, Apple начала разработку iPhone в 2005 году. И компании потребовалось 16 лет, чтобы достичь 1 млрд активных пользователей. Рыночная капитализация Apple оценивается в 2,5 трлн долларов, в то время как рынок метавселенных в настоящее время оценивается в 8 трлн долларов. Таким образом, метавселенные это — один из самых крупных рынков на сегодняшний день.

Но если бы кто-то сказал вам в 1993 г., когда только вышел первый веб-браузер, что совсем скоро вы будете делать покупки в интернете, общаться в видеочатах, размещать личные фотографии в социальных сетях с помощью смартфона, это тоже прозвучало бы неправдоподобно.

То, что концепция Метавселенной представляется как нечто безумное, означает лишь то, что она находится на очень ранней стадии развития. Но вполне возможно, через несколько лет это станет для нас чем-то обыденным, как сегодняшний интернет.

Метавселенная — это не что иное, как новый тип контекста взаимодействия между большим количеством людей.

Его возникновение неизбежно приведет к появлению новых продуктов, обладающих особой формой цифровой ценности — Метавселенской. Надо сказать, что цифровые виртуальные кроссовки — это уже большой бизнес.

В марте 2021 г. покупатели выложили 3,1 млн долларов за 621 пару виртуальных кроссовок. Производитель виртуальных кроссовок RTFKT (произносится как «артефакт») продает ограниченный тираж своей виртуальной продукции, предназначенной для аватаров. Продажи RTFKT за первый квартал 2021 г. составили 4,5 млн долл. И в отличие от Nike, RTFKT не нужно устранять перебои в цепочке поставок между заводами в Китае и Вьетнаме, а также рынками в Европе и США.

Пандемия COVID-19 и последовавшие за ней ограничения вынудили всех нас проводить большую часть своей жизни в интернете. Мы стали все больше взаимодействовать с семьей, коллегами и друзьями не в живую, а через Zoom. Дети вместо школы теперь всё чаще ходят учиться в Zoom.

Во многих отношениях мы становимся цифровым видом. И точно так же, как в реальной жизни мы поддерживаем свой статус с помощью последних достижений Nike, очень скоро мы будем удовлетворять потребность в признании и в виртуальных мирах, в которых проводим все больше времени.

Nike зарегистрировал в США семь товарных знаков для продажи брендовых виртуальных вещей, в том числе на логотип в виде галочки, слоган «Just Do It» и набор «загружаемые виртуальные товары», к которым относятся кроссовки, очки, спортивный инвентарь, сумки, рюкзаки и игрушки. Компания также открыла вакансию виртуального дизайнера обуви. Тот факт, что компания Nike, обладающая одним из самым раскрученных в мире брендов одежды с годовым оборотом в 37 млрд долл. и 77 000 сотрудниками по всему миру, планирует вести бизнес в метавселенной, является подтверждением того, что эта идея

становится все популярнее. И Nike не одинок в этом. Примерно тем же путем прямо сейчас идут Adidas, Dolce & Gabbana, GUCCI, LVMH и многие другие крупные бренды.

В английском языке есть два существительных, обозначающих игру, — play и game. В русском оба эти явления обозначаются одним словом, «игра», из-за чего может возникнуть путаница. Игры, которые называются «play», как правило, инстинктивны и требуют самых базовых навыков: бегать, прыгать, толкаться, бороться, кидаться, сортировать предметы, рыть ямы, а также заботиться, коллекционировать, подражать кому-то и т. п. Это больше похоже на забавы с неявными правилами.

Представьте детей, которые бегают по двору и играют в пиратов. Один кричит: «Я тебя убил!», а другой в ответ: «Нет, я тебя!» Каждый раз, когда возникает потребность в каких-то правилах, участники о них договариваются. Ровно в тот момент, когда в этом пиратском сражении появляется неизменный набор правил, забава заканчивается и начинается настоящая игра. Следуя этой аналогии, продукт, с точки зрения потребителя, может быть в двух состояниях: продукт-как-забава и продукт-как-игра. Если потребитель понимает цель продукта в своей жизни, то для него он является игрой, участвовать в которой или нет решать только ему. Но в случае, если клиент не понимает цели этого продукта в своей жизни, то для него он является забавой. «Так, ерунда!» — скажет он. Здесь уже ни о каком выборе и принятии решения речи не ведется. Его внимание сконцентрировано на более важных для него вещах.

Исходя из вышесказанного, самым логичным шагом для предпринимателя в этой ситуации было бы приступить к созданию того, что можно было бы назвать «аватаром продукта». Я использую это название по аналогии с уже широко известным в маркетинге термином «аватар клиента», который заключается в описании идеального представителя конкретного сегмента вашей целевой аудитории. По своей природе такой «аватар продукта» представлял бы собой некий символ продукта (но не сам продукт в физическом смысле), который бы легко воспринимался и распознавался потенциальными потребителями. Такого рода «аватар продукта» можно продемонстрировать на вымышленном примере автомобиля Rolls-Royes (рисунок №2).

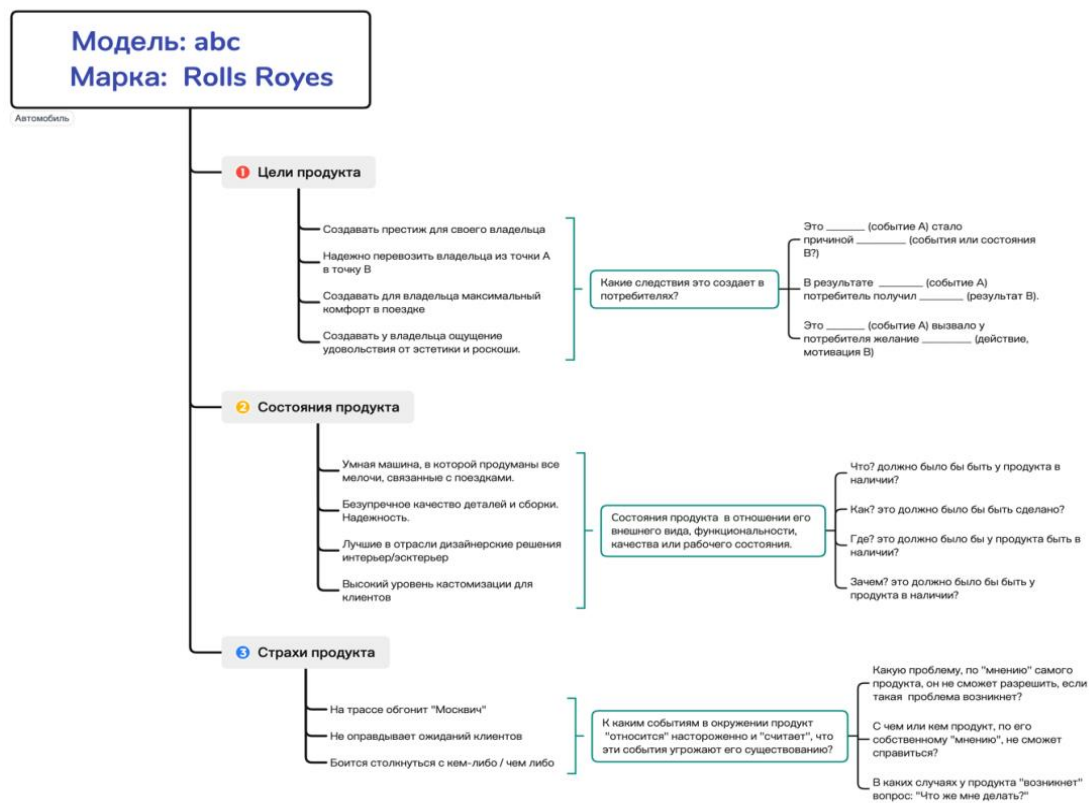


Рисунок 2. Аватар продукта.

Таким образом, можно сказать, что прямо сейчас изменяется смысл того, что мы привыкли понимать под словом «продукт». Мы больше не говорим о продукте «самом по себе», а о продукте, который действует как интерфейс между физическим и цифровым мирами. Такого рода продукты представляют собой продукты нового уровня. Теперь под «продуктом, вещью» может пониматься все, что угодно: картина импрессиониста, сумка Prada, обучение, игра, хобби и так далее – все, что существует в материальном или нематериальном виде благодаря взаимодействию между различными людьми.

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.yahoo.com/news>. – (дата обращения: 10.01.2023).
2. Сорина Г.В., Гуров Ф.Н. Метавселенная и проблемы современного образования // Вестник Моск. ун-та. Сер. 20. Педагогическое образование. М., 2022. №3 С. 9-23
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joernlengsfeld.com/en/definition/digital-value-creation>. – (дата обращения: 10.02.2023).
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Р. Акофф. Структура проблем и пути их решения: Psychology OnLine.Net (psychology-online.net). – (дата обращения: 20.02.2023).

Каравачкий И.А.

Анализ системы транспортно – складского комплекса предприятия

*Южно-Уральский государственный аграрный университет
(Россия, Троицк)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-190

Аннотация

В данной статье предлагается анализ системы транспортно-складского комплекса на примере сельскохозяйственного предприятия. Рассматривается схема логистического процесса с учетом работы складского и транспортного хозяйства.

Ключевые слова: транспортно-складской комплекс, логистический процесс, складские операции, внутрискладская транспортировка, погрузка, разгрузка.

Abstract

This article proposes an analysis of the system of the transport and storage complex on the example of an agricultural enterprise. The scheme of the logistics process is considered, taking into account the work of the warehouse and transport facilities.

Keywords: transport and warehouse complex, logistics process, warehouse operations, intra-warehouse transportation, loading, unloading.

Транспортно-складской комплекс представляет собой некий синтез, объединяющий в себе процессы, происходящие на складах и транспортную систему предприятия, направленную на обеспечение непрерывности этих процессов. Зачастую эти системы на практике при организации производственно-сбытовой деятельности рассматриваются отдельно, но только их интеграция способна повысить эффективность функционирования компании и обеспечить достижение стратегических целей.

Целью настоящего исследования является анализ системы транспортно – складского комплекса сельскохозяйственного предприятия на примере ООО «Силач», который включает в себя складские помещения и транспортные средства. Схема логистического процесса на складе представлена на рисунке 1.

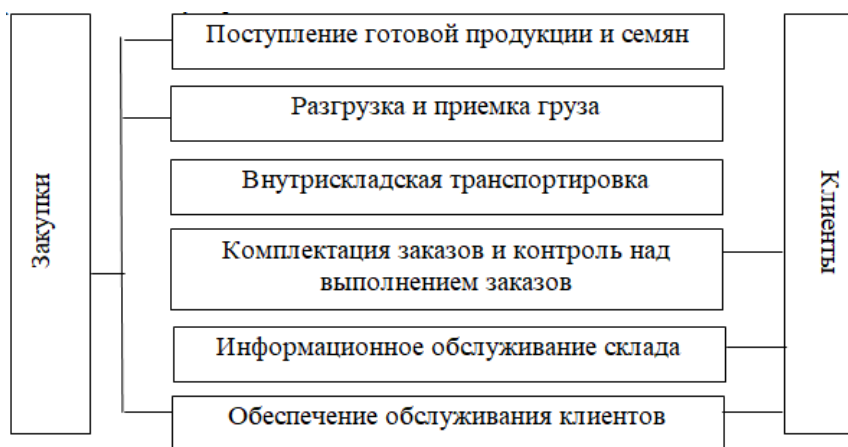


Рисунок 1. Схема логистического процесса на складе.

Основанием завоза готовой продукции на склад является подтверждение агронома компании об ее готовности к складированию, которое свидетельствует о том, что продукция надлежащим образом очищена и, если того требует технология, переработана. Оформляются соответствующие документы после взвешивания зерновых культур.

Ключевые складские операции представлены на рисунке 2.

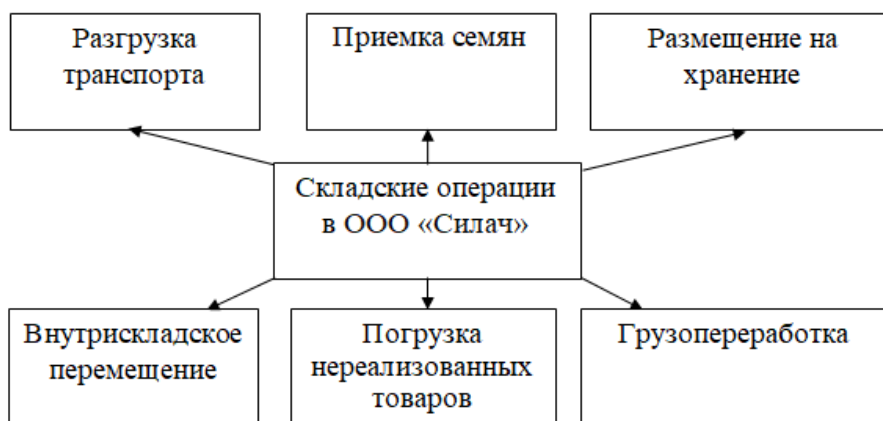


Рисунок 2. Складские операции в ООО «Силач».

Когда материалы поступают на предприятие вместе с ними приходит товарно-транспортная накладная. В ней указываются вид транспорта, заказчик, грузоотправитель, грузополучатель, пункт погрузки, разгрузки. Кроме того, в документе имеется таблица, где содержатся следующие данные: наименование товара, цена за единицу, стоимость, вид тары, масса брутто. Сторона, отправившая товар ставит штамп и подписывает документ.

Выгрузка материалов на склад осуществляется с помощью погрузчиков или вручную. Поступив на склад, материалы подлежат обработке и размещению на складе. Прием материалов на склад осуществляет заведующий складом. Параллельно с приемом он занимается заполнением документации. Поступление материалов на склад оформляется приходным орденом, который подписывается кладовщиком склада и экспедитором, доставившим груз.

В приходном ордере указывается склад, на который поступают материалы, поставщик, корреспонденция счета, наименование, сорт, размер и марка материальных ценностей. Указывается код, количество, цена, сумма и порядковый номер записи по складской карточке. Составляется два экземпляра. Один экземпляр идет в бухгалтерию, а копия остается на складе.

Распаковка поступающих семян или кормов осуществляется на складах, товар освобождают от транспортной упаковки. Приемка семян осуществляется только в том случае, если сырье прошло первичную очистку на механическом току, и если оно сухое. Заполняют

соответствующие документы (накладные) и размещают партию сырья на заранее подготовлено место на складе.

При работе на складе сотрудники используют различное оборудование, которое представлено в таблице 1, оно состоит в основном из таких предметов труда как тележки и электропогрузчики.

Таблица 1

Оборудование транспортно-складского комплекса, используемое на предприятии.

Наименование	Количество единиц	Стоимость, рублей	Общая стоимость, рублей
Гидравлическая складская тележка Тор 118205	8	10 990	87 920
Электропогрузчик TOYOTA FBЕKT16	4	1 215 000	4 860 000
Нории зерновые НПЗ-10	6	167 107	1 002 640
Камаз 451143	6	3 100 000	18 600 000
<i>Итого</i>			24 357 280

Работниками склада являются сотрудники компании – разнорабочие, грузчики. Так же помощь при формировании заказов или приемке товара оказывают сотрудники, не относящиеся к складу: трактористы, комбайнеры, механики и т.д.

Территориально складские помещения находятся в деревне Шантарино Челябинской области, там же, где находится вся база по обработке и продаже зерна. У компании имеются четыре склада, которые распределены по территории. Расположение складов относительно друг друга представлено на рисунке 3.

Складской комплекс располагается на одной территории, у которой удобные подъездные пути. Территория не обнесена забором, однако все производственные площади компании, куда кроме складов входят механических ток, гаражи, административный комплекс, обнесены забором и охраняются в ночное время.



Рисунок 3. Расположение складов ООО «Силач».

Посредниками компании являются, прежде всего, фирмы, занимающиеся реализацией зерновых культур, транспортные компании. Как и в случае с поставщиками наибольшую долю занимают участники агропромышленного холдинга.

Таким образом, на основе анализа деятельности компании можно сказать, что транспортно-складской комплекс занимает одну из важнейших ролей в ее функционировании.

1. Бобылева И.В. Оценка производственного потенциала животноводства Челябинской области / И.В. Бобылева, Е.В. Улитин // Инновации и инвестиции. 2020. № 2. С. 221-225.
2. Бобылева И.В. Приоритетные направления развития АПК Челябинской области / И.В. Бобылева, Н.В. Киреева // Фундаментальная наука и технологии - перспективные разработки. North Charleston, USA: CreateSpace, 2015. С. 250-253.

3. Бобылева И.В. Приоритетные направления теории формирования финансовой политики организации / И.В. Бобылева, Н.В. Киреева // Единый всероссийский научный вестник. 2015. № 1. С. 121-125.
4. Бобылева, И. В. Влияние генотипа на продолжительность жизни коров и эффективность производства // Материалы научно-производственной конференции по актуальным проблемам ветеринарии и зоотехнии. Казань: Казанская государственная академия ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана, 2001. С. 266-268.
5. Казанцева Л.В. Классификация сельскохозяйственных товаропроиз-водителей Челябинской области по земельной площади (по результатам ВСХП-2006) / Л.В. Казанцева, М.В. Сердюк, И.В. Попова // Особенности развития агропромышленного комплекса на современном этапе. Уфа: Башкирский государственный аграрный университет, 2011. С. 107-112.
6. Попова И.В. Продуктивно-хозяйственная и организационно-экономическая оценка молочного скота разных генотипов, разводимых в зоне Южного Урала. Троицк, 2002. 130 с.

Киселев Д.Н., Гасанов В.М.

Мировая торговля и её основные показатели

*Московский международный университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-191

Научный руководитель: Кузьяшев А.Н.

Аннотация

В настоящей статье рассматривается сущность мировой торговли, основные принципы, на которых она базируется, и ее современные формы. Кроме того, подробно рассматриваются основные показатели мировой торговли, при помощи которых производится ее анализ и оценка. Также приводятся количественные данные о динамике мирового экспорта и импорта товаров и услуг 2017-2021 гг. и отражается статистика крупнейших стран-экспортеров и стран-импортеров 2021 г. на основе данных Всемирного банка и Всемирного экономического форума.

Ключевые слова: глобализация, международная торговля, мировая торговля, показатели мировой торговли.

Abstract

This article examines the essence of world trade, the basic principles on which it is based, and its current forms. In addition, the main indicators of world trade, which are used to analyze and evaluate it, are considered in detail. It also provides quantitative data on the dynamics of world exports and imports of goods and services in 2017-2021 and reflects the statistics of the largest exporting and importing countries in 2021, based on data from the World Bank and the World Economic Forum.

Keywords: globalization, international trade, world trade, world trade indicators.

Мировая торговля, зародившаяся в древности, прошла длительный эволюционный путь развития от натурального хозяйства к современной форме товарного производства и предоставления услуг и, в настоящее время, в условиях глобализации мировой экономики, является одной из важнейших форм международных экономических отношений.

Мировая торговля представляет собой совокупность международных товарно-денежных отношений, связанных с обменом товарами и услугами между странами, выражающихся в прямых контактах между субъектами этих отношений, а также в их опосредованном участии через торговые организации, банки, транспорт, каналы связи и другие формы международного движения товаров и капитала. Она основана на международном разделении труда и специализации отдельных стран на производстве отдельных видов продукции; она служит не только средством интеграции национальных экономик, но и мощным фактором их развития.

Динамика развития мировой торговли характеризуется стремительным ростом объема товарооборота и услуг, что обусловлено ростом экономического и научно-технического потенциала большинства государств за последнее десятилетие [1]. Современными формами мировой торговли являются: экспорт/реэкспорт, импорт/реимпорт, международный лизинг, международные торги или тендеры, международная биржевая торговля, международная

встречная торговля, международный инжиниринг, международная торговля на аукционах, международная торговля интеллектуальной собственностью и международная электронная торговля.

Постепенная глобализация международной торговли и, как следствие, расширение сфер международного обмена товарами, услугами, капиталами и технологиями, укрепление взаимосвязей и взаимозависимости между странами в различных сферах экономики привели к созданию и развитию международных организаций, занимающихся вопросами её регулирования. Одной из ключевых организаций такого типа является Всемирная торговая организация (ВТО), решающая глобальные проблемы в области международной торговли и смежных отраслей [2].

Анализ и оценка мировой торговли осуществляется на основе следующих показателей: объемы экспорта и импорта, внешнеторговый оборот, внешнеторговое сальдо, экспортная квота, импортная квота, реальный и номинальный объемы мировой торговли, а также индекс вовлеченности стран в мировую торговлю [3].

Объемы экспорта и импорта являются центральными показателями в статистике всех стран и рассчитываются Всемирным Банком, в соответствии с правилами ВТО, в натуральных и в стоимостных показателях. Последние обычно рассчитываются в национальной валюте, а затем конвертируются в доллары США для международного сопоставления. На рисунке 1 показана динамика мирового экспорта и импорта товаров и услуг за последние 5 лет (в трлн. долларов США):

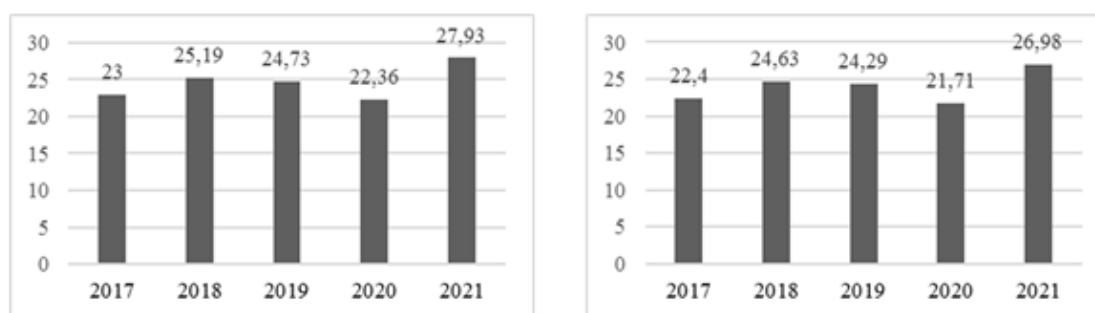


Рисунок 1. Динамика мирового экспорта (слева) и импорта (справа) товаров и услуг за 2017-2021 гг. (в трлн. долларов США).

Внешнеторговый оборот — экономический показатель, отражающий сумму стоимостных объемов экспорта и импорта конкретной страны или группы стран. Он рассчитывается за определенный период времени (месяц, квартал, год).

Внешнеторговое сальдо представляет собой разность стоимостных объемов экспорта и импорта за один и тот же период времени. Сальдо может быть положительным (экспорт превышает импорт) и отрицательным (импорт превышает экспорт) [5]. Положительное сальдо указывает на спрос на товары и услуги конкретной страны на международном рынке и на то, что страна потребляет не все, что производит. Отрицательное сальдо говорит о том, что страна потребляет импортные товары и услуги в дополнение к собственным.

Экспортная квота является количественным показателем, который используется для определения объемов экспорта в конкретной стране и характеризует его значимость для экономики этой страны. Экспортная квота рассчитывается как отношение стоимости экспорта (Э) к стоимости валового внутреннего продукта (ВВП) за определенный период (в процентах): $K_{\text{э}} = \text{Э} / \text{ВВП} \times 100\%$ [3].

Импортная квота — количественный показатель, позволяющий определить значимость импорта для определенной страны. Она рассчитывается как отношение стоимости импорта (И) к стоимости валового внутреннего продукта (ВВП): $K_{\text{и}} = \text{И} / \text{ВВП} \times 100\%$.

Номинальный (стоимостной) объем мировой торговли — показатель, отражающий стоимость всей мировой торговли, выраженную в одной валюте (как правило в долларах США) в текущих ценах. Данный показатель зависит от состояния и динамики курса доллара по отношению к национальным валютам.

Реальный (физический) объем мировой торговли — это номинальный (стоимостной) объем мировой торговли, пересчитанный в постоянные цены при помощи избранного коэффициента-дефлятора. Текущий показатель показывает, как изменился номинальный объем торговли за определенный период времени.

Индекс вовлеченности стран в мировую торговлю представляет собой показатель, позволяющий определить место страны и ее вклад в общий объем мировой торговли. Индекс рассчитывается как отношение объема экспорта/импорта товаров и услуг конкретной страны к общему объему экспорта/импорта товаров и услуг всех стран мира. Индекс вовлеченности стран в мировую торговлю позволяет Всемирному экономическому форуму (далее — ВЭФ) [6] строить рейтинг стран на основе следующих факторов: доступ к внутренним и зарубежным рынкам, административная инфраструктура на границе, эффективности работы таможи, транспортная и коммуникационная инфраструктура и др.

В таблице 1 представлены крупнейшие страны-экспортеры 2021г. по данным Всемирного банка [4] с указанием индекса вовлеченности стран (%) в мировую торговлю по данным ВЭФ (см. табл. 1).

Таблица 1

Крупнейшие страны-экспортеры 2021 г.

Страна	Сумма (USD)	Индекс (%)	Страна	Сумма (USD)	Индекс (%)
1. Китай	3 трлн. 525,6 млрд.	12,5	11. Италия	688,6 млрд.	2,4
2. США	2 трлн. 539,6 млрд.	9,0	12. Индия	685,1 млрд.	2,4
3. Германия	2 трлн. 003,5 млрд.	7,1	13. Ирландия	677,7 млрд.	2,4
4. Япония	910,5 млрд.	3,2	14. Канада	611,1 млрд.	2,2
5. Великобритания	875,2 млрд.	3,1	15. Швейцария	568,6 млрд.	2,0
6. Франция	871,1 млрд.	3,1	16. Россия	549,1 млрд.	1,9
7. Нидерланды	840,5 млрд.	3,0	17. Мексика	523,2 млрд.	1,9
8. Южная Корея	761,2 млрд.	2,7	18. Бельгия	516,1 млрд.	1,8
9. Гонконг	751,4 млрд.	2,7	19. Испания	498,6 млрд.	1,8
10. Сингапур	733,77 млрд.	2,6	20. Австралия	447,7 млрд.	1,6

Мировой экспорт товаров и услуг между странами в 2021 г. увеличился до 27,93 трлн. долларов США, что на 24,9% превышает показатель предыдущего года — 22,36 трлн. долларов США.

Крупнейшие страны-импортеры 2021г. по данным Всемирного банка [4] с указанием индекса вовлеченности стран (%) в мировую торговлю по данным ВЭФ представлены в таблице 2 (см. табл. 2).

Таблица 2

Крупнейшие страны-импортеры 2021 г.

Страна	Сумма (USD)	Индекс (%)	Страна	Сумма (USD)	Индекс (%)
1. США	3 трлн. 401,4 млрд.	12.4	11. Италия	638,9 млрд.	2.3
2. Китай	3 трлн. 062,7 млрд.	11.2	12. Сингапур	609,3 млрд.	2.2
3. Германия	1 трлн. 776,9 млрд.	6.5	13. Канада	609,2 млрд.	2.2
4. Япония	936,4 млрд.	3.4	14. Мексика	545,3 млрд.	2.0
5. Франция	928,5 млрд.	3.4	15. Бельгия	509,8 млрд.	1.9
6. Великобритания	899,4 млрд.	3.3	16. Ирландия	479,1 млрд.	1.8
7. Индия	764,9 млрд.	2.8	17. Испания	477,4 млрд.	1.7
8. Нидерланды	736,5 млрд.	2.7	18. Швейцария	448,4 млрд.	1.6
9. Гонконг	733,5 млрд.	2.7	19. Россия	378,9 млрд.	1.4
10. Южная Корея	696,4 млрд.	2.5	20. Польша	370,5 млрд.	1.4

Импорт товаров и услуг государств в мировой торговле в 2021 г. увеличился до 26,98 трлн. долларов США, что на 24,3% превышает показатель предыдущего года — 21,71 трлн. долларов США.

Таким образом, в настоящее время мировая торговля является одним из основных факторов международной интеграции. Ее масштабы и структура постоянно изменяются под воздействием развития научно-технического прогресса, структурной перестройки мировой экономики, изменения роли отдельных государств в мировом хозяйстве, расширения возможностей для прямых зарубежных инвестиций, роста значения международной торговли в качестве источника получения дополнительной валютной прибыли. А для оценки и анализа таких изменений используются основные показатели, которые были упомянуты ранее.

1. Демченко И. А. Анализ и оценка современных форм осуществления международной торговли / И. А. Демченко // — 2009. — № 8-1. — С. 47-52. — EDN RVJXEP.
2. Казанцева Н. К. Подтверждение соответствия во внешнеэкономической деятельности: Общие понятия и международное регулирование торговли: учебное пособие / Н.К. Казанцева. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 116 с.
3. Каплина О. В. Международная торговля: метод. указания / О. В. Каплина; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль: ЯрГУ, 2012. — 48 с.
4. <https://data.worldbank.org/>
5. <https://rosstat.gov.ru/>
6. <https://www.weforum.org/>

Клишина К.А.

**Теоретические основы внешнеэкономической специализации
и внешнеторговой политики государства**

*Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-192

Аннотация

Внешнеэкономическая специализация – важная тема в сфере внешнеэкономической деятельности России. Определение внешнеэкономической специализации позволяет понять, насколько востребована для экспорта или импорта та или иная продукция. Изучение истории становления внешнеэкономической специализации важно для понимания принципов формирования той внешнеэкономической деятельности, которую осуществляет Россия на сегодняшний день.

Ключевые слова: внешнеэкономическая специализация, внешнеторговая политика, экспорт, импорт.

Abstract

Foreign economic specialization is an important topic in the sphere of foreign economic activity of Russia. The definition of foreign economic specialization makes it possible to understand how much a particular product is in demand for export or import. The study of the history of the formation of foreign economic specialization is important for understanding the principles of the formation of the foreign economic activity that Russia carries out today.

Keywords: foreign economic specialization, foreign trade policy, export, import.

Внешнеэкономическая политика – это стратегически продуманная деятельность государства, а также его специализированных органов, которые задействованы в определении режима регулирования внешнеэкономических связей России, а также в оптимизации участия России в процессе международного разделения труда.

Внешнеэкономическая политика государства состоит из:

- внешнеторговой политики государства (куда входит экспортная и импортная политика России);
- политики в области получения денежных средств от иностранных инвесторов;
- политики регулирования национальных вложений денежных средств в зарубежные производства и компании;
- валютной политики.

Внешнеэкономическая политика государства также задействуется в вопросах географической сбалансированности внешнеэкономической деятельности России, связанной с определёнными странами или регионами. Все это связано с продумыванием экономической безопасности государства.

Основные средства осуществления внешнеэкономической политики: таможенно-тарифная система и нетарифные барьеры, регулирование движения капитала и валютного курса, эмиграция и иммиграция рабочей силы, торговля ценными бумагами и др.

Важнейшая составная часть внешнеэкономической политики - внешнеторговая политика. Внешнеторговая политика государства — это определение стратегии и совокупность разнообразных форм и средств деятельности государства, направленных на развитие и регулирование торговых отношений с другими странами мира и (или) их группировками. Исторически известны два основных ее направления: протекционизм и фритредерство (от англ. free trade - свободная торговля).

Протекционизм направлен на защиту собственной промышленности или сельского хозяйства от иностранной конкуренции на внутреннем рынке, для чего используются таможенные тарифы и другие барьеры, призванные не допустить иностранные товары на внутренний рынок или ухудшить их конкурентоспособность. Протекционизм был характерен для периода формирования капитализма.

В противоположность этому, политика свободной торговли (фритредерство) предполагает отмену различного рода ограничений на пути иностранных товаров. Для политики свободной торговли характерны низкие таможенные пошлины или полная их отмена, ликвидация различных ограничений импорта и т.д. Но, хотя идеологи фритредерства и провозглашали принцип невмешательства государства в частнокапиталистическую деятельность, тем не менее, государство активно использовалось в борьбе за рынки, в частности - внешние.

Важнейшей задачей государственного регулирования становится усиление международной конкурентоспособности «своих» предпринимателей; с этой целью национальное государство не только проводит мероприятия в области внешнеэкономических связей, но и принимает меры по форсированию накопления капитала, стимулированию технического совершенствования производства, формированию новых отраслей и видов производств. В эпоху научно-технического прогресса огромную роль в повышении национальной конкурентоспособности играет финансирование государством научных исследований, мероприятий по их внедрению в производство.

Внешнеэкономическая специализация — это то, на чем ориентируется внешнеэкономическая деятельность государства.

Разделение внешнеэкономической деятельности на специализации связано с тем, что одновременно производить все необходимое в одной стране или регионе, как правило, не получается по экономическим причинам. Например, южные страны тратят намного меньше энергии на обогрев, что существенно влияет на затратную часть, низкую стоимость для многих продуктов можно получить только при размещении рядом с добываемым сырьем и пр.

Мы будем рассматривать внешнеэкономическую специализацию Российской Федерации с помощью анализа ее экспорта и импорта, именно это позволит понять, на что именно ориентируется внешнеэкономическая деятельность России, что является востребованным, а что — нет.

Основные цели и принципы государственного регулирования внешнеторговой деятельности в России сформулированы в Федеральном Законе от 8 декабря 2003г. № 164-ФЗ

«Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (вступившего в силу с 18 июня 2004 года).

К важнейшим целям государственного регулирования относят обеспечение благоприятных условий для внешнеторговой деятельности, а также защиты экономических и политических интересов Российской Федерации.

Процесс государственного регулирования внешнеторговой деятельности Российской Федерации имеет свои принципы и особенности. Рассмотрим некоторые из них:

- государство обеспечивает защиту прав и законных интересов всех сторон, участвующих во внешнеторговой деятельности. Также государство защищает права и законные интересы отечественных компаний-производителей товаров и услуг и их клиентов;
- государство гарантирует равенство и обеспечивает защиту от дискриминации всех участников внешнеторговой деятельности;
- государство обеспечивает единство таможенной территории России;
- государство обеспечивает взаимность в отношении других государств (или какого-либо конкретного государства);
- государство обеспечивает выполнение обязательств России по заключенным международным договорам. Также государство обеспечивает выполнение возникающих из международных договоров прав России;
- государство проводит определение мер по государственному регулированию внешнеторговой деятельности. Данные меры должны быть обременительными для участников внешнеторговых сделок не более, чем необходимо для того, чтобы обеспечить эффективность внешнеторговой деятельности, а также для того, чтобы обеспечить быстрое достижения целей;
- государство обязано поддерживать гласность в процессах разработки, принятия и применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- государство обязывается обосновывать объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности РФ;
- принципы внешнеторгового регулирования исключают неоправданное вмешательство властей или их специализированных органов в процесс внешнеторговой деятельности;
- принципы внешнеторгового регулирования исключают нанесение ущерба всем участникам внешнеторговой деятельности и экономическому сектору России;
- государство обеспечивает оборону страны и ее безопасность (в том числе экономическую);
- государство обеспечивает право на обжалование незаконных действий или бездействий государственных специализированных органов и их работников, а также права на оспаривание нормативных правовых актов России, которые ущемляют право участников внешнеторговой деятельности на осуществление внешнеторговой деятельности. Обжалование возможно в судебном порядке, либо в другом порядке, который установлен законодательством России;
- государство обеспечивает единство системы государственного урегулирования внешнеторговой деятельности;
- государство обеспечивает единство использования методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности на всей территории России.

Основы законодательной базы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности создавались в 90-е годы прошлого века. В них предусматривались не только меры по государственному регулированию внешнеторговой деятельности и защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами, но и меры по регулированию иностранных инвестиций, другие законодательные акты.

Главные инструменты регулирования установлены Федеральными законами:

- от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»;
- от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»;
- от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов РФ»;
- от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в РФ»;
- Таможенным кодексом Евразийского экономического союза ред. от 29.05.2019.

Используются 4 основных инструмента воздействия:

- таможенные тарифы;
- ограничительные условия;
- межгосударственные договоры и соглашения;
- мероприятия по стимулированию экспорта и импорта.

Для регулирования ввоза и вывоза ресурсов используются такие инструменты, как налоги на импортные товары и единый курс национальной валюты. Регулирование дополняется системой валютного контроля.

Действующий механизм регулирования создает достаточные условия для реализации в сфере внешнеэкономической деятельности рыночных принципов – свободного предпринимательства и конкуренции. Но сохраняя открытость экономики, государство может и должно использовать протекционистские меры.

Важным фактором, влияющим на внешнеэкономическую деятельность и экономическую ситуацию страны, является обменный курс рубля. Здесь возможны два варианта, которые условно можно охарактеризовать как политику «слабого» или «сильного» рубля.

Сохранение «слабого» рубля повышает конкурентоспособность отечественных товаров, выгодно для экспортного сектора, но такая политика имеет ряд негативных последствий (в частности, консервирует неэффективную структуру экономики). Инвестиционно-активная стратегия, ориентированная на модернизацию российской экономики, требует принятия стратегии «сильного» рубля. Однако при этом необходимо поддерживать соответствие между темпами укрепления рубля и скоростью осуществления преобразований в стране.

Политика государства в области внешней торговли осуществляется с помощью таможенно-тарифных и нетарифных методов регулирования.

Для начала рассмотрим таможенно-тарифное регулирование.

Заключается во введении экспортных и импортных таможенных пошлин для защиты внутреннего рынка и стимулирования структурных изменений. Регулируя размер данных пошлин, государство тем самым оказывает влияние на ввоз и вывоз товаров в экономических интересах страны. На нежелательные товары устанавливаются высокие таможенные пошлины. На нужные экономике товары, наоборот, вводится благоприятный таможенно-тарифный режим.

В экономике России регулирование основано на Таможенном кодексе Российской Федерации и Законе Российской Федерации «О таможенном тарифе» от 21 мая 1993 г. № 5003-1 (с последующими изменениями).

Таможенный тариф Российской Федерации – свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу Российской Федерации и систематизированным в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности.

Таможенные тарифы позволяют определить, насколько сильно государство оказывает влияние на экспортные и импортные операции, к примеру, государство может способствовать ввозу и выводу товаров, а может, наоборот, затруднять эти процессы.

Данные инструменты внешнеэкономического регулирования приняты в России уже давно, но не теряют своей актуальности и работают и на сегодняшний день. Таможенные тарифы выполняют такие функции:

- фискальная функция, которая состоит в обеспечении пополнения доходов бюджета России;
- защитная функция, сущность которой заключается в защите российских производителей от чрезмерной конкуренции на рынках;
- регулирующая функция, которая заключается в том, что таможенные тарифы дают возможность урегулировать процессы ввоза и вывоза товаров.

Основные цели таможенного тарифа состоят в:

- рационализации товарных структур по ввозу продукции в Россию;
- поддержании рационального соотношения экспортной и импортной продукции;
- поддержании рационального соотношения валютных доходов и валютных расходов в России;
- создании условий для прогрессивных изменений в структуре производственных процессов и процессов потребления продукции на территории России;
- защите экономического сектора России от неблагоприятного влияния иностранных конкурентов;
- обеспечении условий, которые позволяют безопасно и эффективно интегрировать Российскую Федерацию в мировую экономику.

Сущность процесса таможенно-тарифного регулирования внешнеторговой деятельности России состоит в том, чтобы вводить экспортные и импортные таможенные пошлины.

Регулирование размера экспортных и импортных таможенных пошлин позволяет государству оказывать воздействие на ввоз товаров и их вывоз таким образом, чтобы это было выгодно государству.

Термин «таможенная пошлина» обозначает обязательные отчисления в федеральный бюджет государства. Таможенные пошлины взимаются таможенными органами при ввозе товара на территорию России, либо при выводе товаров с территории России.

Таможенная пошлина может взиматься также в других случаях, которые установлены таможенным законодательством Российской Федерации. В таких случаях таможенная пошлина будет взиматься с целью проведения таможенно-тарифного урегулирования внешнеторговой деятельности, а также в экономических интересах России.

Таможенная пошлина – это не простой инструмент регулирования, но и важный источник дохода для государственного бюджета России.

Стоит отметить, что в некоторых странах таможенные пошлины взимаются только при импортных операциях.

В России, как мы уже определили ранее, они также взимаются и при экспортных операциях, согласно вводу таможенных пошлин, который был составлен благодаря таможенными тарифам.

На сегодняшний день в Российской Федерации растет роль процессов тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности, а также совершенствуются импортные тарифы.

Это можно объяснить тем, что в процессе перехода от централизованно-плановой экономики к системе рыночных взаимоотношений, таможенный тариф является тем механизмом, который приспособливает экономику Российской Федерации к мировым рынкам.

В отличие от количественных ограничений, которые являются мерами административно-технического характера, таможенные тарифы не прерывают связи между мировыми рынками и национальной экономикой России. Так, таможенные тарифы являются гибкими экономическими регуляторами ввоза конкретных товаров на территорию России.

Теперь перейдем к анализу нетарифного регулирования.

Нетарифное регулирование представляет собой метод государственного урегулирования внешней торговли с помощью товаров, который осуществляется с помощью введения количественных ограничений и других запретов и ограничений экономического плана.

Самые распространённые нетарифные ограничения на сегодняшний день состоят в следующем:

- 1) использование административных мер, которые заключаются:
 - в количественных ограничениях;
 - в квотировании (установлении пределов для экспортных и импортных операций);
 - в лицензировании (выдаче разрешений);
 - в обязательной сертификации.

Процесс лицензирования является формой проведения экспортного контроля за товарами, которые имеют военное или двойное назначение. Военное назначение означает, что товары используются в военных целях; двойственное назначение означает, что товары могут быть использованы как мирными жителями, так и военными.

Товары, подлежащие лицензированию, могут быть угрозой национальной и международной безопасности, поэтому процедура лицензирования для них является обязательной.

Обязательному лицензированию также подвергаются дикие животные, слоновьи кости, рога, кораллы, коллекционные материалы по минералогии и биологии, лекарственные препараты растительного или животного происхождения и некоторые другие товары;

- 2) использование технических барьеров в процессе торговли, которые заключаются в том, чтобы использовать:
 - санитарно-ветеринарные нормы и стандарты. Их применяют в том случае, если они вызвали затруднения в процессе экспорта или импорта товаров. Также технические барьеры могут быть применены в том случае, если товар может прямо дискриминировать иностранные товары;
 - промышленные стандарты и требования безопасности;
 - требования к упаковке и маркировке товаров (к примеру, торговые знаки, экологические нормы и требования);
- 3) использование экономических мер, к примеру, таких как:
 - осуществление валютного контроля;
 - осуществление контроля за ценами;
 - введение государственных монополий. Государственные монополии могут быть введены на экспортные операции некоторых видов товаров, которые имеют большое значение для государства.

С целью защиты экономических интересов отечественных фирм-производителей, могут быть введены специальные меры для импортных операций, к примеру:

- защитные меры;
- антидемпинговые меры;
- компенсационные меры.

Рассмотрим каждые из этих мер подробнее.

Сущность специальных защитных мер состоит в том, чтобы ограничить увеличенные объемы импортных операций на территории России. Данные меры осуществляются с помощью введения импортных квот и специальных пошлин.

Данные меры могут быть применены к товарам только в тех случаях, когда импорт данных товаров на таможенные территории осуществляется таким образом, что приносит большой ущерб российской экономике (либо в случае, когда импорт данных товаров предполагает принесение ущерба экономике в будущем).

Антидемпинговые меры – это меры, применяемые к товарам, которые являются предметом демпинговых импортных операций. Это означает, что такие товары несут в себе

угрозу причинения материального ущерба экономике России (либо уже приносят вред экономике РФ).

Компенсационные меры – это меры, применяемые с целью нейтрализации влияния специфических субсидий иностранных государств на экономику России.

Данные меры осуществляются с помощью введения компенсационных пошлин.

Компенсационные меры применяются к импортируемым товарам, в процессе производства или транспортировки которых были использованы специфические субсидии иностранных государств. Меры применяются в том случае, если импорт данных товаров может создавать угрозы причинения материального ущерба экономике России (или в случае, если импорт уже причиняет материальный ущерб экономике РФ).

Исходя из этого, мы можем сделать вывод о том, что процесс государственного регулирования внешнеэкономической деятельности Российской Федерации – это один из важнейших элементов в экономическом взаимодействии России и других стран. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности России регламентирует экономические отношения и целенаправленно воздействует на экономику России в интересах государства.

1. Мясоедов С. А. Трансформация инструментов обеспечения устойчивого развития уранодобывающей отрасли. Экономические науки. 2019. № 177. С. 40-45.
2. Оболенский В. П. Внешняя торговля России в условиях пандемии и после нее // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. №10. С. 7-18.
3. Оболенский В. П. Коронавирус: что ждет российскую экономику и внешнюю торговлю // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 5. С. 67-76.
4. Оболенский. Турбулентность в международной торговле: реакция России//Вестник Института экономики РАН. 2020. № 3. С. 60-77.
5. Ольхова А. С., Сапунова Т. А. Прогнозирование состояние фондового рынка РФ. Modern Science. 2020. № 5-3. С. 151-156.
6. Чеботарев Н. Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебник. - М.: Дашков и Ко. 2020. С. 350-352.
7. Шимко П. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебник. - М.: КноРус. 2020. С. 365-366.

**Князева А.В., Троцианская Л.В., Нигматзянова Л.Р.
Роль ресурсного потенциала в деятельности организации**

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-193

Аннотация

В данной статье рассматривается понятие ресурсного потенциала в деятельности организации. Также приводится сущность анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала в его развитии.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, предприятие, анализ эффективности.

Abstract

This article discusses the concept of resource potential in the organization's activities. The essence of the analysis and evaluation of the effectiveness of the use of resource potential in its development is also given.

Keywords: resource potential, enterprise, efficiency analysis.

В настоящее время, в условиях конкуренции на рынке, производители экономических благ вынуждены прибегнуть к грамотному выбору той или иной стратегии, которая будет наиболее оптимальной для управления своих ресурсов и его возможностей. Необходимо

принимать эффективные решения, при этом нужно четко понимать степень эффективности использования тех или иных материалов, а также финансовых ресурсов.

Так как ресурсный потенциал – это достаточно сложная и многогранная категория, то его закономерное функционирование может быть раскрыто только в результате полного системного исследования.

На данный момент конкретного определения ресурсного потенциала не существует, так как каждый ученый трактует данный термин, основываясь на свою точку зрения, однако все они имеют общее смысловое значение, обозначающее совокупность разных ресурсов, которая определяет экономическое развитие организации в долгосрочной перспективе.

Одна группа учёных считает, что ресурсный потенциал – возможность хозяйствующего субъекта формировать способности, которые обеспечены определённым составом и тем количеством ресурсов, которое понадобится для обеспечения стабильной конкурентоспособности.

Другая же группа учёных считает, что ресурсный потенциал – некая система ресурсов, которые связаны между собой совокупностью материально-вещественных, энергетических и информационных средств, а также самих работников, использующих данные средства в процессе создания материальных благ и услуг.

Ресурсный потенциал можно разделить на внутреннюю и внешнюю составляющие (рис 1).



Рисунок 1. Структура ресурсного потенциала организации.

В настоящее время, в условиях хозяйствования, большую роль играет развитие интеллектуального потенциала предприятия, под которым понимается группа нематериальных активов, а также способностей сотрудников (знания, опыт, коммуникабельность, профессиональные навыки).

Рыночный потенциал подразумевает под собой некую способность организации укрепить свои конкурентные позиции на рынке за счет наиболее рационального и эффективного использования ресурсов, при этом происходит взаимодействие с органами государства.

На данный момент наблюдается ограниченность ресурсов, в связи с чем необходимым становится проводить анализ и оценку эффективности ресурсного потенциала с целью определения резервов экономического роста. Именно с помощью данной оценки можно

выявить те методы управления, которые приведут к эффективному росту и увеличению объемов ресурсов.

Таким образом, анализ эффективности использования ресурсного потенциала организации представляет собой этапное исследование каждого ресурса, чтобы выявить их влияние на экономический результат.

Необходимо проводить аналитику показателей каждого ресурса, при этом приводить дальнейшую интеграцию результатов, которая позволит сформировать итог оценки ресурсного потенциала.

Можно сделать вывод, что для каждой организации необходимо определять комплекс методов оценки эффективности использования ресурсного потенциала индивидуально, так как не каждый метод может быть эффективен для дальнейшего экономического развития предприятия. Именно поэтому, основываясь на индивидуальные конкретные цели, необходимо разработать тот алгоритм решения, который способствует улучшению качества управления.

1. Огорокова, Л.Г. Ресурсный потенциал предприятий / Л.Г. Огорокова. - СПб.: СПбГТУ, 2020.
2. Притворова А.А. Ресурсный потенциал предприятия: сущность, роль и оценка. - Текст: непосредственный // Молодой ученый. - 2020. - № 5 (295).
3. Промежуточный доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период 2020г.
4. Николаева Т. И., Уряшева Т. И. Разработка подходов к анализу ресурсного потенциала торговой организации с целью выбора конкурентной стратегии // Торгово-экономический журнал. 2019.

Круцкий Д.В.

Учёт потенциальных логистических рисков предприятия на основе анализа ключевых показателей эффективности деятельности

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

doi: 10.18411/trnio-04-2023-194

Аннотация

В статье рассматривается проблема учета потенциальных логистических рисков предприятия на основе ключевых показателей эффективности деятельности.

Ключевые слова: логистические риски, цепи поставок, затраты, финансовая устойчивость, логистический аудит.

Abstract

The article deals with the problem of accounting for potential logistical risks of an enterprise based on key performance indicators.

Keywords: logistics risks, supply chains, costs, financial stability, logistics audit.

Деятельность современных компаний происходит в сложных условиях, характеризующихся с одной стороны стремительным изменением факторов внешней среды, а с другой стороны необходимостью управления предприятием на основе анализа своевременной и достоверной информации о качестве процессов протекающих внутри предприятия. Для получения полного представления о экономическом состоянии предприятия, достижении им поставленных целей внедряется система ключевых показателей, позволяющая провести оценку качества функционирования предприятия в конкретный период времени. Но при диагностике деятельности предприятия на основе анализа достижения ключевых показателей может быть достигнута дополнительная цель, заключающаяся в идентификации и оценке рисков предприятия, в частности, логистических рисков. Так как риск, по своей сути, представляет собой причину недостижения конкретного ключевого показателя [3].

На сегодняшний день существует множество факторов внешней среды становящихся причинами возникновения рисков. Самыми распространенными причинами генерации рисков в цепях поставок являются природные факторы, технические факторы, связанные с работой информационной системы предприятия.

Управление рисками в цепях поставок фокусируется на выявлении рисков и планировании действий по работе с ними. С позиции глобального анализа устойчивость цепи поставок определяет, в какой степени она может противостоять рискам. Но может сложиться ситуация, когда способность всех звеньев цепи поставок гибко реагировать и адаптироваться под постоянно меняющиеся условия ведения бизнеса, также может привести к получению положительного результата управления рисками. Таким образом понятие риск рассматривается не как неопределенность функционирования, а определенный процесс колебания экономических показателей, характеризующих состояние внешней среды.

Это новое определение устойчивости как непрерывного процесса близко по смыслу к определению управления цепями поставок, в котором колебания спроса, предложения, тарифов и других параметров являются обычным делом. Разница заключается в том, что, рассматривая устойчивость, под событиями в цепях, следует идентифицировать:

- краткосрочные, но экстремальные колебания спроса и предложения;
- выход из строя или недоступность целых узлов цепей поставок – производств, складов и т.п.;
- временную недоступность некоторых «плеч».

Любая организация бизнеса, внедряя логистику и формируя соответствующую ее целям логистическую систему, прежде всего стремится оценить ее фактическую или потенциальную эффективность [2].

За время развития логистики в промышленно развитых странах сформировалась система показателей, в общем плане оценивающих ее эффективность и результативность.

- общие логистические издержки;
- качество логистического сервиса;
- продолжительность логистических циклов;
- производительность;
- возврат на инвестиции в логистическую инфраструктуру.

Необходимо учитывать, что управление затратами в логистике – это ключевой элемент формирования финансовой устойчивости. В первую очередь, от затрат на логистику зависит и конечная цена на продукцию. Часто, из-за высоких расходов на логистику, цены выглядят завышенными, что делает ее не конкурентоспособной [1].

Эти показатели можно назвать ключевыми или комплексными показателями эффективности логистической системы. Они лежат в основе отчетных форм компаний и систем показателей логистических планов разных уровней. Существуют общепринятые процедуры сравнительной оценки фирм (бенчмаркинг) в области логистики на основе аналитических и экспертных методов, использующие указанные комплексные показатели.

Таким образом, ключевыми, то есть комплексными показателями эффективности логистической системы называются основные измерители эффективности использования ресурсов в компании для сформированной логистической системы, в комплексе оценивающие результативность логистического менеджмента и являющиеся основой логистического планирования, учета и контроля.

Анализ логистических рисков является неотъемлемой частью анализа логистических процессов, именно поэтому в его основе лежит методология экономического анализа. При этом ключевая цель такого анализа заключается в подготовке полной и достоверной информации,

необходимой для принятия управленческих решений, позволяющих минимизировать влияние негативных факторов на конечные результаты логистической деятельности. Для этого необходимо осуществить следующие мероприятия [4, 5]:

1. Оценить протекающие процессы;
2. Произвести диагностику (факторный анализ);
3. Спрогнозировать дальнейшее развитие.

Оценка риска связана с выявлением размера риска и частоты его наступления. Она позволяет обнаружить критические уровни, то есть предельные значения, при которых определенные обстоятельства начинают представлять угрозу качеству логистического сервиса, экономической эффективности и основным показателям функционирования компании.

Грамотно оценить риски позволяет перечень методов, основные из которых разделены на две группы и представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Методы оценки рисков.

Большое значение в анализе логистических рисков играет диагностика, которая необходима для определения влияния различных факторов на конечный результат. Кроме того, в ходе данной процедуры можно выявить степень чувствительности результата к минимальным изменениям значений факторов.

Реализация процесса прогнозирования на основе анализа ключевых показателей позволяет фиксировать не только степень достижения фактических значений по сравнению с плановыми, но и проводить идентификацию возможных причин – логистических рисков. Причинно-следственная связь ключевых показателей и рисков показана на рисунке 2.



Рисунок 2. Ключевые показатели эффективности и риски, которые они отражают.

Основными методами, используемыми при прогнозировании, выступают экстраполяция, экспертные методы, моделирование. Следует отметить, что модель создается как аналог реальной ситуации, обладающий определенными допущениями. Такой подход с учетом нюансов позволяет значительно экономить время и средства в принятии грамотных управленческих решений.

Для оценки эффективности применения метода управления риском логистической деятельности необходимо сравнить логистические издержки до и после применения к риску какого-либо метода, при этом важно в состав логистических издержек включить не только затраты на выполнение логистических операций, но и затраты на риски. Таким образом, руководство предприятия сможет оценить методы управления финансовыми рисками в своей логистической системе и принять решение на ее оптимизацию или наоборот, усиления действий в данную сторону.

На современном этапе хозяйствования эффективность и результативность деятельности предприятия прежде всего зависит от взвешенности и обоснованности выбранной им логистической стратегии и использования логистических принципов в управлении [5].

Применение логистического подхода на практике позволяет существенно повысить прибыльность и качество логистического обслуживания, что, в свою очередь, обеспечивает предприятию существенные конкурентные преимущества. Наряду с применением логистического подхода возникает необходимость учета рисков в функционировании логистической системы.

Эффективное управление – это ключ к успеху, особенно в управлении цепочками поставок. В последнее время все больше и больше предприятий поручают часть своей деятельности внешним субподрядчикам. Предприятия используют аутсорсинг в основном для оптимизации своих расходов. Роль аутсорсинга логистики для всех или части логистических операций организации постоянно растет. Основным движущим фактором аутсорсинга логистики является внешнее управление процессом интеграции цепочки поставок, развитие основного бизнеса, снижение эксплуатационных расходов и необходимость улучшения качества логистических услуг.

1. Аудит и оценка эффективности корпоративного управления рисками [Электронный ресурс]. — Электрон. ст. — [Россия]. — Режим доступа : <https://www.audit-it.ru/articles/finance/a106/977849.html>, свободный. - Яз. рус. – (10.01.2023).
2. Витлинский П. В. Анализ бизнес-рисков: методы оценки и пошаговая инструкция [Электронный ресурс] / П. В. Витлинский. — Электрон. ст. — [Россия]. — Режим доступа : <https://legal->

- network.ru/analiz_biznes_riskov/analiz_biznes_riskov_metodyi_otsenki_i_poshagovaya_instruktsiya-i45, свободный. - Яз. рус. – (10.01.2023).
3. Мамаев Э.А. Об обеспечении национальной безопасности в рамках бизнес планирования на предприятиях логистической сферы / Мамаев Э.А., Маколова Л.В. В сборнике: Экономико-правовые механизмы обеспечения национальной безопасности. Материалы четвертой Всероссийской национальной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2020. С. 62-65.
 4. Маколова Л.В. Диагностика рисков при принятии управленческих решений в современных условиях / Маколова Л.В. // В сборнике: Управление государственное, муниципальное и корпоративное: теория и лучшие практики. материалы Седьмой Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2022. С. 170-174.
 5. Multi-agent green logistics technologies in the export transport Makolova L., Mamaev E. Lecture Notes in Networks and Systems. 2022. Т. 330 LNNS. С. 360-369.

Кучина А.В., Воробьев С.В.

**Содержание стратегического государственного и муниципального управления:
цели, задачи, функции, компоненты**

*Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина
(Россия, Елец)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-195

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные цели, задачи, функции и компоненты содержания стратегического государственного и муниципального управления. Выделены объект и предмет, представлены основные подходы стратегического государственного и муниципального управления. Отмечены и раскрыты модели разработки управленческих решений. Рассмотрены особенности стратегического государственного и муниципального управления, методы, и инструменты, с помощью которых реализуется стратегическое государственное и муниципальное управление.

Ключевые слова: процесс, управление, стратегическое, задачи, функции, государственное, муниципальное.

Abstract

This article discusses the main goals, objectives, functions and components of the content of state and municipal government. An object and an object are identified, which are the main access points of state and municipal government.

Models for the development of managerial decisions are noted and excluded. Features of the possibility of state and municipal management, methods and tools, with the use of which the strategic state and municipal management is implemented, are included.

Keywords: process, management, strategic, tasks, functions, state, municipal.

Стратегическое государственное и муниципальное управление как комплексный процесс, включает в себя большое количество взаимосвязанных элементов и компонентов, которые в полной мере характеризуют полноту осуществления им своей деятельности.

Как и любой другой процесс, стратегическое государственное и муниципальное управление имеет объект и предмет, которые определяют сущность его функционирования.

Так, предметом стратегического государственного и муниципального управления является теоретическая и методологическая основа и аспекты формирования стратегии управленческой системы, направленной на решение проблемных статей ее функционирования публично-правовых образований.

Объектом стратегического государственного и муниципального управления является управленческая организация, обладающая следующими отличительными признаками и свойствами:

- целостность;
- централизация;
- механичность;
- сложность;
- цикличность и т.д [1].

К задачам стратегического государственного и муниципального управления относят:

- определение долгосрочных перспектив развития публично-правовых образований;
- преобразование целевых ориентиров развития публично-правовых образований в действия к их достижению;
- осуществление конкретных мероприятий по достижению конкретных целей публично-правовых образований;
- конкретизация и оценка проводимых мероприятий.

Содержанием стратегического государственного и муниципального управления являются:

- анализ внешней и внутренней среды публично-правовых образований;
- совершенствование структуры управления в публично-правовом образовании;
- проектирование организационной структуры публично-правового образования;
- анализ и разработка стратегий публично-правового образования и т.д [2].

Стратегическое государственное и муниципальное управление строится на определении основных подходов, характеризующих комплексность его функционирования. К таким подходам можно отнести:

- Системный подход. Предполагает рассмотрение любого экономического объекта как системы, т. е. совокупности взаимосвязанных элементов, имеющей ресурсы, результат их применения, связь с внешней средой, прямую и обратную связь. При системном подходе главным является рассмотрение экономического объекта как части внешней среды.
- Организационный подход. Во главу угла ставятся человеческие, социальные факторы и необходимость горизонтальной и вертикальной стратегической координации их деятельности.
- Процессорный подход. Определяет организацию функционирования стратегического управления как процесса с применением следующих этапов его протекания:
 - a. Определение миссии организации.
 - b. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации.
 - c. Прогнозирование параметров развития.
 - d. Разработка целей.
 - e. Формирование и выбор стратегии.
 - f. Реализация стратегий.
 - g. Контроль, корректирование и регулирование.

Стратегическое государственное и муниципальное управление обладает рядом особенностей, к которым можно отнести:

- нацеленность на достижение результатов;
- проявление внедрения стратегических решений;
- непрерывность процесса реализации стратегии развития публично-правового образования и т.д. [3].

Стратегическое государственное и муниципальное управление обладает рядом функций, которые можно представить следующим образом:

- планирование стратегии развития публично-правового образования;
- организация выполнения стратегических планов;
- координация действий по реализации стратегических задач;

- мотивация на достижение стратегических результатов;
- контроль за процессом выполнения стратегии.

Стратегическое государственное и муниципальное управление не сможет эффективно реализовываться без определенных методов и инструментов, к которым можно отнести:

- матрица обоснования стратегии является простейшим логическим инструментом анализа и решения проблем. Она позволяет установить связь между имеющейся проблемой и возможными путями ее решения, выявить сопротивления и трудности, которые могут возникнуть, а также определить механизм запуска, первый шаг реализации выбранного варианта решений;
- матрица стратегического баланса (SWOT-анализ) позволяет оценить преимущества и недостатки производства (внутренние сильные и слабые стороны предприятия по выпуску конкретного продукта) и сопоставить это с возможностями и рисками рынка;
- техника сценариев важна в стратегическом управлении тем, что позволяет прогнозировать возможные изменения важнейших внешних факторов, влияющих на состояние организации;
- мониторинг тесно связан с техникой сценариев и предназначен для отслеживания изменений внешних факторов при реализации стратегии;
- анализ конкурентной среды по М. Портеру производится по пяти группам факторов (конкуренция, барьеры, замещающие продукты, сила поставщика, власть покупателя);
- PEST-анализ позволяет определить важнейшие характеристики внешней среды и спрогнозировать возможные сценарии их изменения и т.д [4].

Отдельно также стоит отметить следующие модели разработки управленческих решений, которые закладываются в основу действия стратегического государственного и муниципального управления [5]:

1. Нормативные и дескриптивные модели. Нормативная модель разработки управленческого решения представляет собой выбор наилучшей альтернативы из заданного критерия и ситуации, в которой разрабатывается управленческое решение. Критерии могут быть самыми различными и характеризовать сущность и содержание разработанного управленческого решения и уже готового к своей практической реализации. Что касается дескриптивной модели разработки управленческого решения, то она представляет собой выбор ответа на вопрос о том, как фактически будет принято в дальнейшем разработанное управленческое решение и какой результат она сможет достигнуть. Т.е. данная модель разработки управленческого решения предполагает осуществление анализа будущей эффективности принятия и реализации разработанного управленческого решения и успешности достижения таким решением конкретных поставленных целей и задач для разрешения проблем.
2. Индуктивные и дедуктивные модели. Индуктивная модель разработки управленческого решения представляет собой обобщение наблюдений по единым частным фактам, которые являются важными для разработки управленческого решения. Качество применения данной модели зависит от того, насколько удастся упростить описание управленческого решения и отразить его основные свойства. Что касается дедуктивной модели разработки управленческого решения, то в данном случае под данной моделью понимается анализ не конкретных фактов, а содержания абстрактных явлений, которые окажут воздействие на эффективность принятого впоследствии управленческого решения. Такие абстрактные явления и факты несут больше субъективный анализ, но они сопоставляются с частными фактами, анализ

- которых проводится при действии индуктивной модели разработки управленческого решения.
3. Проблемно-ориентированные модели и модели решения. Так, к проблемно-ориентированным моделям разработки управленческих решений относят внедрение новых методов моделирования для решения конкретной проблемной ситуации. Основная задача, которая ставится и достигается в данной модели разработки управленческого решения – адаптация новых методов для модерирования конкретного управленческого процесса. Модель решения при разработке управленческого решения представляет собой разработку управленческого решения с учетом возможностей проведения экспериментов, а также управленческих технологий. Данная модель использует алгоритмы, которые определяют специфические требования к условиям их применения и структуре моделей.
 4. Одноцелевые и многоцелевые модели. Одноцелевые модели разработки управленческих решений представляют собой такие модели, которые содержат четкую определенную цель, к достижению которой стремится организация и для этого и осуществляется разработка управленческого решения. Это может быть генеральная цель организации. Что касательно многоцелевых моделей разработки управленческих решений, то они представляют собой определение целой совокупности целей, к которым стремится организация. Для их достижения разрабатывается либо одно конкретное управленческое решение, либо сразу несколько управленческих решений. В таком случае каждое управленческое решение привязывается к конкретной цели, достигнуть которую стремится организация.
 5. Однопериодные и многопериодные модели. Однопериодные модели разработки управленческих решений представляют собой такие модели, которые имеют единые период разработки управленческого решения. В этой связи такая разработка не является детализированной, что может оказать заметно влияние на эффективность такого решения. Однако, если содержание разрабатываемого управленческого решения немасштабное, то использование данной модели целесообразно. Многопериодные модели разработки управленческих решений представляют собой установление нескольких периодов для разработки такого решения. Такие модели разработки управленческих решений чаще всего используются если содержание такого решения объемное и масштабное. Поэтому разработка управленческого решения в таком случае в рамках одного этапа неэффективно.

К основным направлениям действия стратегического государственного и муниципального управления можно отнести:

- формирование долгосрочных приоритетов деятельности государства и муниципальных образований в области социально-экономического развития;
- определение долгосрочных решений;
- принятие стратегических управленческих решений в соответствии с действующими проблемами и условиями долгосрочного социально-экономического развития публично-правовых образований и т.д.

Таким образом, стратегическое государственного и муниципального управление - это механизм стратегического планирования, направленный на обеспечение стратегического социально-экономического развития публично-правовых образований, а также сфер и отраслей их жизнедеятельности. Оно применяет специализированные стратегические механизмы по достижению долгосрочных целей и задач.

1. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 158 с.

2. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 290 с.
3. Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 176 с.
4. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 361 с.
5. Ларионов, И. К. Стратегическое управление: учебник / И. К. Ларионов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 234 с.

Лебедев В.Э.

Роль event-маркетинговых коммуникаций в продвижении товаров и услуг

*Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н.Ельцина
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-196

Аннотация

Замысел статьи состоит в рассмотрении феномена event-маркетинга как механизма и организационной формы продвижения товаров, услуг, бренда в маркетинговой среде.

Актуальность данной проблемы связана с тем, что анализ, изучение товаров и услуг на рынке, объемов и каналов их сбыта, а также потребителей; исследование конкурентов и рекламной деятельности выступают в качестве основных составляющих организации маркетинговой деятельности.

Задачи исследования заключаются в определении места и роли организационной практики в области достижения выдвигаемых компанией (фирмой) ее маркетинговых целей, и в частности, в определении значения различных видов мероприятий в реализации ее коммуникационной стратегии. Кроме того выявляются достоинства событийного маркетинга в развитии бизнес отношений как в рамках самого коллектива, так и выстраивании его продуктивного взаимодействия с целевыми аудиториями.

Методом исследования выступает комплексный метод, позволяющий вести речь о технологиях event-маркетинга как одном из эффективных инструментов разработки и реализации как частных, так и стратегических целей маркетинговой деятельности компании.

Ключевые слова: event-маркетинг; маркетинговые коммуникации; событийные мероприятия; продвижение товаров; бренд.

Abstract

The idea of the article is to consider the phenomenon of event marketing as a mechanism and organizational form of promotion of goods, services, and brand in the marketing environment.

The relevance of this problem is due to the fact that the analysis, the study of goods and services on the market, the volume and channels of their distribution, as well as consumers; the study of competitors and advertising activities act as the main components of the organization of marketing activities.

The objectives of the study are to determine the place and role of organizational practice in the field of achieving the marketing goals put forward by the company (firm), and in particular, in determining the significance of various types of activities in the implementation of its communication strategy. In addition, the advantages of event marketing in the development of business relations both within the team itself and in building its productive interaction with target audiences are revealed.

The research method is a comprehensive method that allows talking about event marketing technologies as one of the effective tools for developing and implementing both private and strategic goals of the company's marketing activities.

Keywords: event marketing; marketing communications; event activities; promotion of goods; brand.

Маркетингово-коммуникационный комплекс – совокупность средств коммуникации, используемых для продвижения товаров на рынке на разных стадиях, включает в себя рекламу, связи с общественностью, стимулирование продаж и непосредственное общение продавца и клиента в ходе продажи определенного товара (прямой маркетинг).

Эффективным механизмом, приводящим данные маркетинговые феномены в действие, является организация и проведение корпоративных, специальных и других событийных мероприятий. Основная задача событийного маркетинга заключается в обеспечении взаимодействия между компанией (брендом) и потребителем для продуктивного продвижения товаров или услуг.

Создание event-мероприятий представляет собой особую составляющую в системе общественных отношений, что способствовало выделению событийного маркетинга в качестве отдельной области социальной практики в 1970-1980-е гг. в связи с формированием в ведущих странах мира обществ массового потребления. Развитие событийного маркетинга в России относится к началу 2000-х гг., когда российские компании и фирмы обратились к активному использованию различных технологий маркетинговых коммуникаций [2, с. 137].

Опыт работы успешных компаний показывает, что высокая результативность в реализации их маркетинговых целей достигается посредством использования интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

ИМК включают в себя набор различных форм коммуникаций, причем каждая из них интегрирована с остальными формами [6]. К основным задачам ИМК относятся создание соответствующей коммуникационной среды на основе применения маркетинговых технологий, и их образцового сочетания. Фундаментом интегрированных маркетинговых коммуникаций являются потребности реальных и потенциальных групп клиентов, лиц, посредников, заинтересованных в деятельности компании (какую общественную потребность она реализует) и действия, технологии и знания (как она создает и продвигает товары и услуги, удовлетворяя потребности своих клиентов). Ведущими принципами ИМК выступают гласность, достоверность и приспособление товаров и услуг к потребностям и запросам целевых аудиторий на основе данных о них. Реализация этих принципов позволяет обеспечивать эффективное взаимодействие между компаниями (фирмами) и конечными потребителями их бренда (товаров и услуг).

Продолжением и развитием концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций является идея интегрированного бренда. Руководствуясь ею, Ф. Джозеф Ле Пла и Линн М. Паркер создали оптимальную модель интегрированного брендинга, состоящую из трех уровней – драйверов компании (миссия, ценности, история); драйверов ее бренда (принцип, индивидуальность, ассоциации) и трансляторов бренда [1].

Ведущее место среди трансляторов бренда занимают маркетинговые коммуникации, организуемые посредством event'ов (event-маркетинг).

В научной литературе встречается несколько основных дефиниций event-маркетинга как определенного вида деятельности. В работах А. Е. Назимко данный вид деятельности рассматривается с одной стороны, в качестве разновидности ИМК, включающих набор мероприятий, цель которых – продвижение определенного бренда во внутренней или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий, а с другой стороны, - в качестве части сектора услуг по производству и осуществлению специальных мероприятий [3].

Подобная трактовка event-маркетинга содержится и в исследовании Н. А. Перепелкина [4]. Он подчеркивает, что событийный маркетинг – это вид маркетинговой деятельности, представляющий набор стратегических и тактических мер по разработке специальных событий во внешней и внутренней маркетинговой среде компании (бренда). И. А. Радченко также речь ведет о том, что ивент-маркетинг подразумевает организацию ярких событий для продвижения бренда [5].

В результате ивент-маркетинг однозначно определяется как особая сфера социальной практики, главными инструментами в которой являются event-мероприятия, организуемые для реализации маркетинговых целей компании. К ним относятся: увеличение объема продаж

товаров и услуг; создание определенного имиджа компании; повышение уровня узнаваемости ее бренда; знакомство потребителя с имеющейся или новой продукцией; расширение клиентской базы и развитие корпоративной культуры. Тем самым в ходе дискурса о трактовке сущности event-маркетинга отмечается, что основными функциональными его элементами являются событийные мероприятия. В этой связи определяется и их роль в качестве инструмента маркетинговых коммуникаций.

Общая оценка значения event-мероприятий в развитии маркетинговых коммуникаций содержится у А. В. Шумовича [7]. В частности, он рассматривает event-мероприятия как вид деятельности, который имеет временные рамки, объединяет во взаимодействии разных людей и реализует поставленные цели.

В отличие от него И. А. Радченко более конкретно определяет event-мероприятие, подчеркивая, что оно является запоминающимся событием, ограниченным временными рамками, формирующим образ компании для целевой аудитории. В данной трактовке событийного мероприятия присутствует его маркетинговая составляющая, фиксация направленности на продвижение бренда, создание имени компании [5].

А. Е. Назимко характеризует event-мероприятие как событие, меняющее отношения бренда и потребителя в лице целевой аудитории, а также обладающее в ее глазах субъективной значимостью. При такой интерпретации событийное мероприятие рассматривается как коммуникационный процесс, в ходе которого производители товаров и услуг и их потребители могут влиять друг на друга, обмениваться информацией [3].

В трактовке Н.А. Перепелкина event-мероприятие выступает в качестве «управляемого события». Оно организуется по заранее заданным параметрам, предполагающим эмоциональное и информационное воздействие на контактную аудиторию, а также прогнозируется его результат, нацеленный на реализацию маркетинговых задач по взаимодействию компании с контактной аудиторией [4].

Следует отметить, что в данном толковании содержится указание на психологический аспект взаимодействия производителя товара и его потребителя. Любое мероприятие использует методы эмоционального воздействия на целевую аудиторию. Именно эмоциональная составляющая event-мероприятий напрямую способствует отражению имени и образа компании в сознании клиента, позволяет создать прочное основание для взаимодействия сторон коммуникационного процесса.

Event-мероприятия, будучи одним из инструментов маркетинговых коммуникаций, имеют свои не только сильные, но и слабые стороны, а также создают оптимальные возможности, но и определенные угрозы для компании в процессе их организации.

На основе проведенного SWOT-анализа event-мероприятий можно сделать вывод о том, что они могут служить важным инструментом формирования маркетингово-коммуникационной культуры различных компаний и фирм, так как обладают рядом преимуществ. В частности, они обеспечивают включенность сотрудников различных подразделений в коммуникацию; оказывают эмоциональное воздействие на них, обладают многофункциональностью и являются многозадачными. Однако позитивный эффект event-мероприятий могут иметь лишь в комплексе с остальными инструментами развития маркетингово-коммуникационной культуры и при условии правильного планирования и успешного их проведения, что не всегда соответствует ожиданиям организаторов и участников.

1. Ле Пла Ф. Джозеф, Паркер Линн М. Интегрированный брендинг. СПб.: Нева; М.: ОЛМА-Пресс. 318 с.
2. Манихин А. А. Место event-маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций // Креативная экономика. 2010. № 4. С. 135-142.
3. Назимко А. Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. М.: Вершина, 2007. 224 с.
4. Перепелкин Н. А. Развитие событийного маркетинга в российских компаниях. Автореферат дис. ... канд. эконом. наук. М., 2016. 22 с.

5. Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз. Воронеж: ВФ МГЭИ, 2007. 114 с.
6. Саркисян О. А., Берулава А. Л., Агаева С. Т. Event-мероприятия как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. Том 2. № 2. С. 53-62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/event-meropriyatiya-kak-osnova-integrirovannyh-marketingovyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 01.04.2022).
7. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: технологии и практика event management. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 336 с.

Линь С.

Оценка инновационных проектов как фактор конкурентоспособности предприятий

Российский университет дружбы народов

Высшая школа промышленной политики и предпринимательства

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-197

Аннотация

В статье представлено обоснование процесса оценки инновационных проектов как значимого фактора конкурентоспособности современных предприятий, связанного с выбором наиболее успешных и перспективных направлений развития. Предложено проведение многокритериального анализа, охватывающего широкий спектр свойств проекта, а также групповой оценки с учетом разнообразия целей многих заинтересованных сторон.

Ключевые слова: инновации, многокритериальный анализ, эффективность проекта, конкурентное преимущество.

Abstract

The article presents the rationale for the process of evaluating innovative projects as a significant factor in the competitiveness of modern enterprises, associated with the choice of the most successful and promising areas of development. It is proposed to conduct a multi-criteria analysis covering a wide range of project properties, as well as a group assessment, taking into account the diversity of the goals of many stakeholders.

Keywords: innovations, multicriteria analysis, project efficiency, competitive advantage.

Современная рыночная экономика характеризуется огромным ускорением социально-экономических изменений. Это результат многолетней научно-технической революции, в которой доминирующей движущей силой развития стала способность постоянно учиться и повышать свою квалификацию, приобретать новые навыки и превращать их в инновации. Цивилизация и технологическое развитие, прогрессирующая глобализация, повышенная осведомленность и рыночное образование покупателей лежат в основе растущей интенсивности конкурентных явлений. Их выполнение требует поиска новых способов ведения конкуренции, повышения гибкости в каждой сфере деятельности, стремления использовать все возможности для формирования и улучшения положения на рынке. Возникает необходимость создания условий, благоприятствующих инновациям и их планомерному поиску. Таким образом, проведение оценки инновационных проектов состоит в преднамеренном и организованном поиске изменений и в систематическом анализе возможностей для инноваций, которые могут открыть эти изменения [1].

Динамично развивающаяся экономика вынуждает предприятия вносить изменения, которые поверхностно или глубоко видоизменяют предприятие. Это могут быть простые в реализации и не очень дорогие доводочные решения, и комплексные действия, преобразующие всю организацию, требующие привлечения всех сил и ресурсов. Изменения могут быть медленными или быстрыми. Первые не нарушают баланс компании, их легче контролировать, но они менее эффективны. Последние, в свою очередь, нарушают баланс функционирования организации, требуют достаточно больших затрат, вызывают сопротивление со стороны

сотрудников, но позволяют быстро улучшить положение компании и укрепить ее конкурентные позиции.

Современные предприятия стремительно приближаются к ситуации, когда предприниматели, желая получить конкурентное преимущество, будут пытаться обогнать других в поиске инновационных идей, которые трудно скопировать. Среди факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий, большое значение имеют инновации. Они определяют темпы и направления экономического развития, но также определяют формы и структуру глобального сотрудничества между предприятиями. Поэтому они являются фактором, определяющим конкурентоспособность предприятий в условиях глобализации. Растущие требования современного бизнеса означают, что решения, которые до сих пор использовались предприятиями, уже не эффективны. Поиск новых, часто нестандартных решений стал вызовом для предпринимателей, поэтому все чаще предприятия принимают решение о реализации различных инновационных проектов. Но такие проекты не всегда заканчиваются успешно, не все инновации обеспечивают дальнейший успех предприятия. Это позволяет сделать вывод о том, что перед началом инновационного проекта каждое предприятие должно осуществлять его оценку [3].

Отдельные заинтересованные стороны оценивают проект с разных точек зрения, что только их объединение позволяет приблизительно оценить сложность проблемной ситуации. Однако особая роль отводится менеджменту, который должен делать выбор, ведущий к устойчивому развитию предприятий, и стараться удовлетворить основные заинтересованные стороны. И в теории, и на практике целью компании является прибыль, которая выступает наиболее универсальным критерием оценки и в то же время самой сильной мотивацией к действию, а ее получение создает основу для развития компании [2].

Оценка предпринимаемых инноваций производится на различных стадиях процесса от «идеи до коммерциализации»; однако по мере реализации последовательных фаз и проведения оценок на контрольных точках (так называемых, воротах) наблюдается исключение слабых идей, а критерии оценки становятся все более жесткими (этот феномен описывается с помощью метафоры воронки идей).

Используются следующие методы: универсальный и специализированный; детерминированные и недетерминированные, развернутые и упрощенные варианты, основанные на нефинансовых и финансовых показателях; на этапе принятия решения о коммерциализации идеи доминирующими становятся методы, основанные на финансовых критериях. В процессе оценки инновационных проектов финансовый критерий отбора проектов формулируется в виде максимизации нормы прибыли на вложенный капитал, уровень которой не может быть ниже ожидаемой ими нормы прибыли.

В процессах принятия инновационных решений предпочтение отдается рекомендациям, полученным в результате анализа, полученного с использованием методов дисконтирования (на основе чистой приведенной стоимости), но также используются и простые методы (срок окупаемости, простая и учетная норма доходности, точка безубыточности). Упрощения, принятые в простых методах, снижают достоверность результатов оценки, но не отрицают возможности использования этих методов в конкретных ситуациях принятия решений, таких как: первоначальный отбор проектов с целью отбрасывания наихудших с точки зрения инвестора вариантов.

Поэтому важно применять многокритериальные методы оценки, сочетающиеся с качественными методами. На этапе планирования инновации (продукта, процесса), чаще всего в многовариантных системах, в первую очередь следует положительно ответить на следующие вопросы: 1) «Осуществимы ли варианты проектов?»; 2) «Достаточно ли вариантов?»; 3) «Имеют ли они неприемлемые последствия?». После подтверждения целесообразности проводится анализ финансовой эффективности (оценка рентабельности с точки зрения инвестора) и/или анализ экономической эффективности (оценка рентабельности с социальной точки зрения), который позволяет обеспечить: 1) выделение из анализируемых проектов группы вариантов, признанных эффективными, 2) выбор среди них наиболее выгодного

варианта. Перспективный характер экономического расчета заставляет осознавать неопределенность и связанный с этим риск инновационного проекта.

Предлагаемый подход к комплексной оценке инновационных проектов включает показатели, вытекающие непосредственно из ожиданий компаний, менеджеров, инвесторов, и показатели, определяемые на основе вектора чистых денежных потоков, характерного для анализируемого проекта, например: ожидаемая норма доходности; длина расчетного периода; масштаб проекта (минимальная текущая стоимость капитала, необходимого для финансирования проекта, что гарантирует поддержание финансовой ликвидности); чистая текущая стоимость, внутренняя норма доходности; длительность возврата, то есть, договорной период, в течение которого весь вложенный капитал работает по ставке IRR; средняя приведенная стоимость оборотного капитала за период по внутренней норме доходности (остаточный капитал приносит норму доходности); среднегодовая норма прибыли на капитал; дисконтированный срок окупаемости; норма прибыли на вложенный капитал после дисконтированного срока окупаемости [4].

Таким образом, можно комплексно представить результаты анализа проектов, признанных эффективными и в то же время требующими капитальных затрат; перспектива чистой приведенной стоимости остается для анализа нетипичных проектов. Взаимозависимости между отдельными формулами оценки финансовой эффективности типовых инвестиционных проектов позволяют проводить оценку эффективности по одной или нескольким перспективам в соответствии с индивидуальными предпочтениями лица, принимающего решение. Расширяются методы дисконтирования, основанные на чистой приведенной стоимости, в частности, за счет оценки синергетических эффектов.

Таким образом, процесса оценки инновационных проектов выступает важным фактором конкурентоспособности современных предприятий, который позволяет выбрать наиболее успешные и перспективные направления развития. При этом важно применять комплексный многокритериальный анализ, сочетающий различные методы оценки. На окончательный выбор метода оценки будут влиять ожидания менеджеров, а также специфика и стадия подготовки проекта.

1. Акульчева М.В., Жимантас Д.К. Разработка методики самооценки инновационных предприятий как предпосылка повышения конкурентоспособности бизнеса // ЭСГИ. 2017. №4 (16). С.5-12.
2. Дедков А.Н. Методология оценки эффективности инновационных проектов // Вестник магистратуры. 2021. №5-1 (116). С.39-41.
3. Полозков М.Г., Андреев Е.В., Жарницкий В.Я., Баюк О.А. Технологическое предпринимательство как инструмент перехода на инновационный тип развития экономики // Экономика. Налоги. Право. 2022. №5. С.67-77.
4. Юй Чжаоцунь Обоснование системы индексов оценки инновационной активности китайских промышленных предприятий // Инновации и инвестиции. 2023. №1. С.71-79.

Малютина К.А.
Матрица ADL-LC

*Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-198

Аннотация

Модель ADL/LC разработана Артуром Д., известной консалтинговой компанией в области менеджмента. Небольшое развитие. Аббревиатура ADL - это Артур Д., консалтинговая организация. Из-за сокращения названия модель была разработана в этой организации. Аббревиатура LC - это сокращение от жизненного цикла.

Ключевые слова: стратегическое планирование, матрица ADL-LC, рыночная среда, менеджмент, конкуренция.

Abstract

Arthur D., a well-known management consulting company, developed the ADL/LC model. A small development. The abbreviation ADSL is Arthur D., a consulting organization. Because of the abbreviation of the name, the model was developed in this organization. The abbreviation LC is an abbreviation of the life cycle.

Keywords: strategic planning, ADL-LC matrix, market environment, management, competition.

Конечная матрица ADL-LC, также известная как матрица объединения графов, является мощным инструментом для анализа сложных систем и процессов. Эта матрица имеет множество приложений в таких областях, как системный анализ, экономика, социология, экология и многие другие.

Матрица ADL-LC (Affiliation Dynamic Links with Local Clustering) - это квадратная матрица, в которой элементы представляют собой связи между узлами в графе. Каждый узел может быть связан с другими узлами одного или нескольких графов.

Приложения:

Одним из наиболее известных приложений матрицы ADL-LC является анализ социальных сетей. В этой области матрица используется для описания связей между людьми в социальной сети. Эта матрица может быть использована для определения, какие люди находятся в более центральных позициях в сети, а также для идентификации групп людей с более тесными связями.

Другим примером использования матрицы ADL-LC является анализ биологических сетей. В этой области матрица используется для описания связей между генами или белками в биологических сетях. Эта матрица может быть использована для определения ключевых генов или белков, которые играют важную роль в определенном биологическом процессе.

Матрица ADL-LC также может использоваться в экономике для анализа связей между компаниями или отраслями. Эта матрица может помочь идентифицировать ключевые компании или отрасли, которые оказывают наибольшее влияние на экономику.

Кроме того, матрица ADL-LC может быть использована для анализа экологических сетей, таких как сети пищевых цепей. Эта матрица может быть использована для определения ключевых видов, которые играют важную роль в экосистеме.

Преимущества матрицы:

1. Простота использования Одним из главных преимуществ МАТРИЦЫ ADL-LC является ее простота использования. Оценка проводится по шкале, где необходимо выбрать ответ, наиболее точно описывающий способность человека выполнять определенную функцию. Это делает оценку легкой и понятной для медицинского персонала, который занимается уходом за пожилыми людьми.
2. Надежность МАТРИЦА ADL-LC имеет высокую надежность и валидность, что значит, что результаты оценки являются точными и достоверными. Это позволяет медицинскому персоналу определить, какие виды ухода и поддержки нужны пациенту, а также позволяет сравнить результаты оценки, проведенные в разное время, для определения изменений в функциональных способностях пациента.
3. Информативность МАТРИЦА ADL-LC дает медицинскому персоналу информацию о том, насколько самостоятельным является пациент в выполнении определенных задач. Это позволяет медицинскому персоналу лучше понимать, какие виды помощи и ухода необходимы для пациента, и какие действия можно предпринять, чтобы помочь пациенту улучшить свои функциональные способности.
4. Возможность мониторинга Одним из главных преимуществ использования МАТРИЦЫ ADL-LC является возможность мониторинга функциональных

способностей пациента. Результаты оценки можно использовать для определения того, насколько эффективны методы лечения и ухода, а также для измерения прогресса пациента в течение времени.

Как мы уже говорили выше, ADL/LC (Autoregressive Distributed Lag/Lagrange Multiplier) - это модель, используемая в экономической науке для анализа временных рядов. Она позволяет оценить долгосрочные взаимосвязи между переменными, учитывая их динамику в прошлом. Изученная матрица анализирует типы бизнеса по двум осям:

Стадия жизненного цикла продукта и его относительное положение на рынке. Следовательно, статус диверсифицированных компаний в разных сферах деятельности может изменяться относительно друг друга аналогичным образом, но это также будет происходить с изменениями на этапах жизненного цикла отрасли. Матрица ADL/LC состоит из 20 единиц, сформированных комбинацией двух параметров: четырех стадий жизненного цикла производства и пяти конкурентных позиций [3] (рисунок 1).

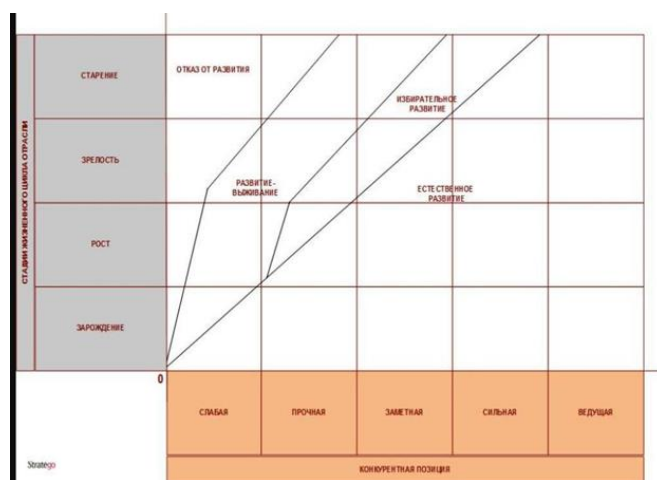


Рисунок 1. Матрица ADL/LC.

Местоположение конкретного направления деятельности компании отображается на матрице вместе с другими видами бизнеса компании. На основе положения в матрице предлагается набор хорошо продуманных стратегических решений [1].

Давайте воспользуемся математической моделью жизненного цикла для рассмотрения различных этапов стратегического планирования. Первый этап, также известный как "правильный выбор", определяет стратегию типа бизнеса, основанную только на его позиции в матрице ADL/LC. Область "Простой выбор" охватывает несколько ячеек.

На втором этапе анализируется каждый "простой выбор" и определяется характер "конкретного выбора" на основе точечного расположения бизнес-направления. Однако это также общее стратегическое правило.

На третьем этапе среди 24 стратегий, предложенных матрицей жизненного цикла, была выбрана уточненная стратегия.

Во-первых, необходимо выбрать переменные, которые могут оказывать влияние на исследуемый временной ряд. Это могут быть экономические факторы, такие как инфляция, безработица, процентные ставки и т.д. или другие факторы, такие как климатические условия или политические события.

Во-вторых, необходимо определить лаги, которые следует использовать для наилучшего моделирования. Лаги определяют, насколько далеко в прошлое следует оценивать влияние переменной на исследуемый временной ряд. Выбор оптимальных лагов может быть сложным, так как он зависит от многих факторов, включая длину временного ряда и выбранные переменные.

Когда переменные и лаги выбраны, можно приступить к моделированию временного ряда с помощью модели ADL/LC. Эта модель позволяет оценить долгосрочные взаимосвязи между переменными, используя анализ регрессии и тест Лагранжа на множители.

Важно отметить, что стратегия, рекомендованная в модели ADL/LC, не является универсальной и может не подходить для всех временных рядов. Кроме того, модель ADL/LC имеет свои ограничения, включая проблему эндогенности, которая может привести к неверным результатам.

В целом, использование модели ADL/LC и ее стратегии может быть полезным инструментом для анализа временных рядов в экономической науке, но требует тщательного подхода и учета ограничений модели.

Стратегия, рекомендованная в модели ADL/LC, уже является исключительной инвестицией в формулирование стратегического планирования.

Давайте рассмотрим преимущества и недостатки модели ADL-LC, принимая во внимание неопределенность внешней среды.

Преимуществом является матрица:

- Предназначен для оценки характеристик потребителей;
- На основе оценки конкурентов;
- Учет социальных факторов;
- Принимая во внимание культурные факторы. Недостатком является матрица:
- Не полностью учел экономические факторы;
- Характеристики слабого законодательного рассмотрения;
- Технологические инновации учитываются не в полной мере. Кроме того, следует отметить, что в модели ADL-LC степень рассмотрения является слабой

Факторы неопределенности внешней среды, такие как:

- Политика и право;
- экономика;
- Общество и культура;

Поэтому в данной статье, в отличие от других авторов, раскрываются преимущества и недостатки модели adl-LC с учетом неопределенностей внешней среды, таких как законодательство и технологические инновации.

1. Бороненко С.А., Маслова Л.И., Крылов С.И. Финансовый анализ предприятий. – Екатеринбург: Изд. Урал. гос. университета, 2017. – 340 с.
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ. – СПб.: Питер, 2018. – 240 с.
3. Голиченко О.Г. Государственная политика и провалы национальной инновационной системы // Вопросы экономики. - 2017. - №2. - С. 97 - 108.

Малютина К.А.
Учет на основе ФСБУ 5/2019

*Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-199

Аннотация

Материалы и производственные запасы, прежде всего, должны характеризоваться как объект труда, находящийся в определенном количестве в распоряжении, для обеспечения непрерывности производственного процесса, необходимого предприятию, но не использовавшийся в производственном процессе и не передавший свою цену.

Ключевые слова: материально-производственные запасы, ПБУ 5/01, ФСБУ 5/2019, бухгалтерский учет, счета, оценка.

Abstract

Materials and production stocks, first of all, should be characterized as an object of labor, which is in a certain amount at the disposal to ensure the continuity of the production process required by the enterprise, but not used in the production process and has not transferred its price.

Keywords: inventory, PBU 5/01, FSB 5/2019, accounting, accounts, valuation.

ФСБУ 5/2019 является инструкцией по бухгалтерскому учету, утвержденной приказом Минфина России от 31.05.2019 г. № 115н. Она содержит правила ведения бухгалтерского учета для организаций независимо от их организационно-правовой формы.

Одной из основных целей ФСБУ 5/2019 является сближение отечественной бухгалтерской практики с международными стандартами финансовой отчетности, такими как МСФО. Это позволяет упростить отчетность и сделать ее более понятной для иностранных инвесторов.

ФСБУ 5/2019 определяет порядок организации бухгалтерского учета, порядок формирования и представления финансовой отчетности. Она также устанавливает требования к ведению учета имущества, обязательств, доходов и расходов.

В соответствии с ФСБУ 5/2019, все организации должны вести бухгалтерский учет на основе принципов одновременной истинности и достоверности. Это означает, что бухгалтерская отчетность должна отражать фактическое состояние дел в организации.

Организации также должны соблюдать требования по составлению и представлению отчетности. Согласно ФСБУ 5/2019, финансовая отчетность должна состоять из бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств и примечаний к отчетности.

В целом, учет на основе ФСБУ 5/2019 предоставляет организациям возможность более точно и надежно отражать свою финансовую деятельность. Это позволяет не только снизить риски для бизнеса, но и повысить доверие со стороны инвесторов и других заинтересованных лиц.

1. Сырье и расходные материалы - это активы, необходимые для осуществления производственного процесса. Компании закупают сырье у поставщиков и используют его для производства продукции или предоставления услуг.
2. Приобретенные полуфабрикаты и комплектующие используются предприятием в виде изделий, не прошедших все этапы производственного процесса. Полуфабрикаты и детали, приобретенные таким образом, могут быть приобретены у поставщиков в виде, например, деталей мебели, оконных переплетов, аксессуаров и т.д.
3. Запасные части используются компаниями для производства продукции, например, для устранения дефектов, а также для ремонта оборудования и транспортных средств.
4. Контейнеры и упаковочные материалы используются для упаковки и транспортировки продукции. Поскольку компании-производители обычно производят только определенный ассортимент продукции, они вынуждены покупать контейнеры у других компаний, которые специализируются на производстве их продукции.
5. Используйте инвентарь и предметы домашнего обихода в качестве вспомогательных средств в производственном процессе.
6. Перерабатываемые отходы - это отходы, которые предприятие может использовать или реорганизовать в той или иной форме в производстве в будущем.
7. Готовый продукт полностью сформирован и прошел все этапы производства, готовый к продаже или доставке в собственную розничную сеть.
8. Товар - это определенный товар, который участвует в обмене валюты [1, с. 170].

Кратко определите отличительные особенности:

- 1) Продолжительность жизни составляет один цикл.
- 2) Полностью потеряете свою собственную ценность.
- 3) Перенесите его стоимость на стоимость конечного продукта.
- 4) Является основным продуктом, который создает продукт или хранит его на складе. Учет материалов и производственных запасов осуществляется на счетах

В соответствии с требованиями Приказа № 94н Министерства финансов от 31 октября 2000 года законодательством предусмотрены следующие счета:

- Граф 10 - для отражения движения сырья и расходных материалов;
- Счет 41 - Отражает движение товаров;
- Счет 43 - Для отражения движения готовой продукции [2].

Федеральный стандарт бухгалтерского учета FSB5/2019 "Резерв" утвержден приказом Министерства финансов Российской Федерации от 15.11.2019 № 180н. Оно заменит Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ5/01) "Учет товарно-материальных запасов" (утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 9 июня 2001 г. № 44н).

Настоящий стандарт применяется ко всем организациям (за исключением организаций государственного сектора).

Микропредприятия, которые имеют право вести упрощенный бухгалтерский учет и составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность, не должны применять этот стандарт.

Каждая организация может принять решение не применять этот стандарт к запасам, предназначенным для удовлетворения потребностей руководства [3].

Учет запасов, установленный настоящим стандартом, отличается от учета материальных и производственных запасов, указанного в ПБУ5/01. Например, ПБУ5/01 не применяется к активам, признанным в качестве незавершенного производства.

Согласно стандарту, инвентарь включает в себя:

- Сырье, материалы, топливо, запасные части, комплектующие, покупные полуфабрикаты;
- Инструменты, инвентарь, спецодежда, специальное оборудование, контейнеры и т.д. (за исключением случаев, когда эти объекты подтверждены как основные средства);
- Готовый продукт;
- Товары, подлежащие продаже;
- Незавершенная работа;
- Объекты недвижимости, приобретенные или созданные (в процессе создания) для продажи в ходе обычной деятельности организации;
- Объекты интеллектуальной собственности, приобретенные или совместно созданные (в процессе создания) для продажи в ходе обычной деятельности организации [3].

Настоящий стандарт изменяет процедуру оценки запасов (стоимости), с помощью которой они отражаются в бухгалтерском учете. Согласно ПБУ5/01, оценка МПЗ проводилась один раз - когда учитывается МПЗ.

Согласно этому стандарту, запасы должны оцениваться на момент составления бухгалтерского учета (оценка после подтверждения) и на отчетную дату (оценка после подтверждения).

Как и прежде, товарно-материальные запасы, полученные организацией, должны учитываться по фактической себестоимости (рассчитанной после подтверждения). В то же время стандарт устанавливает новые процедуры формирования фактической стоимости различных видов запасов. Например, фактическая стоимость запасов, полученных организацией в случае неуплаты, признается как справедливая стоимость этих запасов. В то же время справедливая стоимость должна определяться в соответствии с МСФО (IFRS)13 "Оценка

справедливой стоимости". Согласно ПБУ5/01, фактическая стоимость МПЗ, полученной бесплатно, подтверждается как ее текущая рыночная стоимость на дату принятия к учету [3].

Согласно этому стандарту, оценка запасов после принятия к учету (на отчетную дату) должна проводиться по наименьшему значению:

- Фактическая стоимость запасов;
- Чистые продажи запасов (чистая стоимость, основанная на К правилам, приведенным в стандарте).

Если в результате оценки фактическая стоимость запасов превысит чистую стоимость реализации запасов, организации придется создать резерв на обесценение запасов.

Процедуры определения стоимости запасов при их вводе в производство и другой утилизации не изменились. Как и прежде, он рассчитывается с использованием одного из следующих методов:

- Стоимость каждой единицы;
- Рассчитано по средней себестоимости;
- Стоимость первой единицы на момент получения (метод "первый вход, первый выход") [3].

Стандарт вступит в силу 6 апреля 2020 года и будет применяться в бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2021 год. В то же время организация имеет право принять решение о применении стандарта до указанного срока.

1. Международный стандарт аудита 240 «Обязанности аудитора в отношении недобросовестных действий при проведении аудита финансовой отчетности» (введен в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 24.10.2016 N 192н).
2. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие / Под ред. проф. Ю. И. Сигидова и проф. А. И. Трубилина. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 366 с.

Мастикова А.Д.

Методы планирования финансов для развития организации

*Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-200

Аннотация

Планирование - это определение системы целей функционирования и развития организации, а также путей и методов достижения этих целей.

Ключевые слова: кризис, финансовый результат, планирование.

Abstract

Planning is the definition of a system of goals for the functioning and development of an organization, as well as ways and methods of achieving these goals.

Keywords: crisis, financial result, planning.

Планирование финансов является ключевым элементом успешного развития организации. Это процесс, который позволяет определить, какие финансовые ресурсы потребуются для достижения поставленных целей и как эти ресурсы будут использоваться. В этой статье мы рассмотрим основные методы планирования финансов для развития организации.

В данной статье мы рассмотрим некоторые методы планирования финансов для развития организации.

1. Бюджетирование. Бюджетирование является основным методом планирования финансов и заключается в составлении бюджета на определенный период времени. Бюджет позволяет определить расходы и доходы организации, а также выявить возможности для улучшения финансового положения. Бюджет может быть составлен на год, на квартал, на месяц и т.д. Он должен включать все планируемые расходы и доходы, а также возможные риски и препятствия.
2. Прогнозирование. Прогнозирование – это метод, который позволяет предсказать будущие изменения в экономической сфере, на основе анализа текущей ситуации и тенденций. Прогнозирование позволяет организации адаптироваться к будущим изменениям и принимать соответствующие меры заранее.
3. Анализ финансовых показателей. Анализ финансовых показателей – это метод, который позволяет оценить финансовое положение организации на основе анализа ее финансовых отчетов. Он помогает выявить проблемные области и улучшить управление финансами. Анализ финансовых показателей может быть проведен как внутренними, так и внешними специалистами.
4. Сценарный анализ. Сценарный анализ – это метод, который позволяет оценить, как изменится финансовое положение организации в различных сценариях. Он основывается на моделировании возможных сценариев, которые могут повлиять на финансовое положение организации. С помощью сценарного анализа можно принимать решения о расходах и инвестициях в зависимости от изменений в экономической сфере.
5. Использование программного обеспечения
6. Анализ точек безубыточности - это метод, который позволяет определить минимальный объем продаж, необходимый для покрытия всех затрат и достижения нулевой прибыли. Этот метод помогает организациям понять, какие изменения необходимо внести в свою деятельность, чтобы достичь желаемой прибыли.
7. Анализ отношения себестоимости к выручке

Анализ отношения себестоимости к выручке - это метод, который позволяет организациям оценить эффективность своей деятельности и определить, на каком этапе производственного процесса возникают наибольшие затраты. Этот метод помогает организациям принимать решения по оптимизации производственных процессов и увеличению прибыли.

Планирование неотделимо от любой организации, поскольку необходимо принимать управленческие решения в следующих областях:

- Распределение ресурсов;
- Координация деятельности между различными подразделениями; координация с внешней средой (рынком); создание эффективной внутренней структуры; контроль деятельности;
- Будущее развитие Организации. Планирование обеспечивает своевременность принятия решений, позволяет избежать поспешного принятия решений, устанавливает четкие цели и четкие методы реализации, а также дает возможность контролировать ситуацию.

Вообще говоря, в процессе планирования люди могут различать: процесс постановки целей (определение системы целей); процесс объединения (координации) целей и средств их достижения;

Процесс разработки или унификации существующей системы работы организации с ее будущим развитием.

Постановка целей - это процесс постановки системы целей, начиная

Общая цель организации и заканчивается ее индивидуально разделенными целями. Результатом является дерево целей, которое является основой всего процесса планирования.

Разделенный по охвату:

- Корпоративное планирование (для всей компании);
- Планирование по видам деятельности (планирование производства ковров);
- Планирование на уровне конкретных отделов (планирование работы мастерских).

По функциям: производство, финансы, персонал, маркетинг. По подфункциям (например, для маркетинга): классификация

Планирование, планирование рекламы, планирование продаж.

В соответствии с уровнем детализации плана:

- Стратегическое планирование, оперативное или тактическое планирование.

План как результат плана исполнителя является обязательным до тех пор, пока Документ должен включать обязательные показатели и рекомендуемые показатели. По мере увеличения времени планирования количество индикативных (рекомендуемых) показателей увеличивается. Это связано с тем, что при долгосрочном планировании результат не может быть абсолютно определенным, но должен быть точным, поскольку он зависит от изменений условий ведения бизнеса и носит вероятностный характер. Могут быть запланированы конкретные виды деятельности, товары, услуги и проекты, а также структуры, технологии и процедуры. Например, планирование расширения организации, планирование более полного технического процесса или планирование вывода продукта на рынок.

План "сверху вниз" основан на том факте, что руководство создает план, который должны выполнять подчиненные. Эта форма планирования может дать положительные результаты только в том случае, если существует жесткая и авторитарная система принуждения.

План "снизу вверх" основан на том факте, что план создается подчиненными и утверждается руководством. Это более прогрессивная форма планирования, но в условиях специализации и углубляющегося разделения труда трудно создать единую систему взаимосвязанных целей.

Планирование "Цель вниз, план вверх" сочетает в себе преимущества двух предыдущих вариантов и устраняет недостатки. Руководящий орган устанавливает цели для своих подчиненных и содействует формулированию ведомственных планов. Такая форма позволяет создать единую систему взаимосвязанных планов, поскольку общие цели обязательны для всей организации.

Планирование основано на данных за прошлые периоды деятельности, но целью планирования является будущая деятельность предприятия и контроль этого процесса. Следовательно, надежность плана зависит от точности и корректности информации, полученной менеджером. Качество планирования в значительной степени зависит от уровня интеллекта менеджеров и точности их прогнозов дальнейшего развития ситуации.

Планирование финансовых ресурсов - это один из наиболее важных элементов любой организации. Без планирования и контроля финансов, организации могут столкнуться с недостаточным финансированием, увеличением долговой нагрузки и низкой эффективностью бизнес-процессов. Планирование финансовых ресурсов может помочь организациям прогнозировать будущие потребности в финансировании и определять стратегии для увеличения доходов и уменьшения расходов.

1. Волков В. П., Ильин А. И., Станкевич В. И. и др.: Экономика предприятия: учеб. Пособие: М.: Новое знание, 2003. 677 с.
2. Гирусов Э. В., Бобылев С. Н., Новоселов А. Л., Чепурных Н. В. Экология и экономика природопользования: учеб. 2-е изд., перераб. и доп.: М.: ЮНИТИ- ДАНА, Единство, 2003. 519 с.

Махова А.В., Клишева Е.С.

Анализ численности получателей денежных выплат среди лиц пожилого возраста в РФ в период с 2013 по 2022 год

ФГБОУ ВО «КубГУ»
(Россия, Славянск-на-Кубани)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-201

Аннотация

Материалы данной статьи включают анализ отдельных показателей получателей пособий из числа инвалидов войны и ветеранов Великой Отечественной войны, в том числе, о численности получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди лиц пожилого возраста в Российской Федерации в период с 2013 по 2022 год и их численность по субъектам Российской Федерации в 2022 году. В численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди лиц пожилого возраста рассматриваются: инвалиды войны; ветераны Великой Отечественной войны; члены семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан; родители и жены военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного с пребыванием на фронте.

Ключевые слова: экономика России, пособия, ветераны войны, инвалиды войны, регионы, лица пожилого возраста.

Abstract

The materials of this article include an analysis of individual indicators of recipients of benefits from the disabled of the war and veterans of the Great Patriotic War, including the number of recipients of monthly cash payments (EDV) among the elderly in the Russian Federation in the period from 2013 to 2022 and their number by subjects of the Russian Federation in 2022. The number of recipients of monthly cash payments (EDV) among the elderly includes: war invalids; veterans of the Great Patriotic War; family members of the deceased (deceased) war invalids, participants of the Great Patriotic War and veterans of combat operations and categories of citizens equated to them; parents and wives of servicemen who died as a result of injury, contusion or injury received in the defense of the USSR or in the performance of military service duties, or as a result of a disease associated with being at the front.

Keywords: the economy of Russia, benefits, war veterans, war invalids, regions, elderly people.

Нужно знать численность получателей денежных выплат, ведь это важно не только для государства, которое выделяет денежные средства, но и для всего народа страны. Следует понимать, что люди, прошедшие Великую Отечественную войну на сегодняшний день очень пожилые люди и им требуется не только денежные выплаты, но и социальная помощь. Государство по сей день отслеживает не только их общую численность, но и каждого ветерана Великой Отечественной войны, инвалида войны, членов семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории, родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного с пребыванием на фронте, так как оно вечно будет им благодарно.

В Российской Федерации за исследуемый период с 2013 по 2022 год численность получателей ежемесячных денежных выплат снизилась с 426209 человек в 2013 г. до 112375 человек в 2022 г., как показано на рисунке 1, среди инвалидов войны, с 245014 человек в 2013 г. до 103569 человек в 2022 г. среди ветеранов Великой Отечественной войны. Это объяснимо

поскольку Великая Отечественная война закончилась в 1945 г. и старшее поколение, к сожалению, со временем уменьшается, хотя количество инвалидов войны в 2013 г. было значительно больше, чем ветеранов Великой Отечественной войны, но в 2022 г. их численность практически сравнялась.

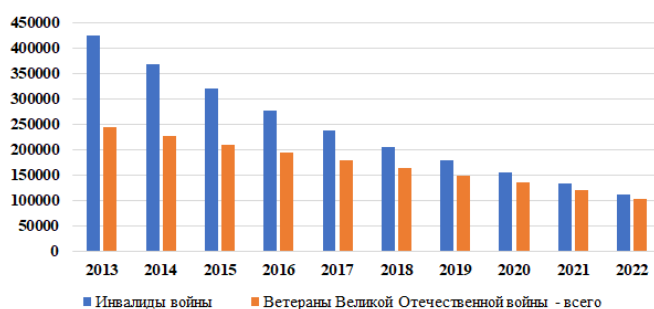


Рисунок 1. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди инвалидов войны и ветеранов ВОВ в Российской Федерации.

При это средняя убыль по инвалидам войны составила 34870,4 человека в г., а по ветеранам Великой Отечественной войны составила 15716,1 человека в год. Максимальное сокращение численности инвалидов войны произошло в 2013 г. и составило 56894 человека, а минимальное в 2021 г. и составило 21000 человек. Максимальное сокращение численности ветеранов Великой Отечественной войны было в 2013 г. и составило 18648 человек, минимальное в 2018 г. и составило 14230 человек. Численность инвалидов войны с 2013 г. по 2022 г. сократилось на 313 834 человека, то есть на 73,6 %, а ветеранов Великой Отечественной войны на 141445 человек, то есть на 57,7 %.

Рассмотрим численность получателей ежемесячных денежных выплат среди лиц пожилого возраста в Российской Федерации, проиллюстрированные на рисунке 2, за исследуемый период с 2013 г. по 2022 г. численности получателей ежемесячных денежных выплат среди членов семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории снизилась с 435946 чел. до 181341 чел., с 37468 чел. до 15335 чел. среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного пребыванием на фронте. Средняя убыль в первом случае составила 28289,4 чел. в г., а во втором случае составила 35764,1 чел. в г.



Рисунок 2. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди лиц пожилого возраста в Российской Федерации.

Максимальная убыль численности среди семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории составила 36555 чел. в 2013 г., а минимальная убыль составила 22395 чел. в 2020 г. Среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного пребыванием на фронте, максимальная убыль наблюдалась в 2013 г. и составила 3867 чел., а минимальная убыль составила 1614 чел. в 2020 г. В обоих случаях год максимальной и минимальной убыли совпадает. Численность получателей ежемесячных денежных выплат в первом случае снизилось на 254 605 чел., то есть на 58,4 %, а во втором снизилось на 22133 чел., то есть на 59,1 %.

В Российской Федерации за 2022 год численность получателей ежемесячных денежных выплат среди инвалидов войны по субъектам Российской Федерации в общем составило 112375 чел. Максимальная численность получателей ежемесячных денежных выплат среди инвалидов войны за 2022 г. составила 37392 чел. в центральном федеральном округе. Минимальная численность получателей ежемесячных денежных выплат среди инвалидов войны за 2022 г. составила 2230 чел. в дальневосточном федеральном округе.

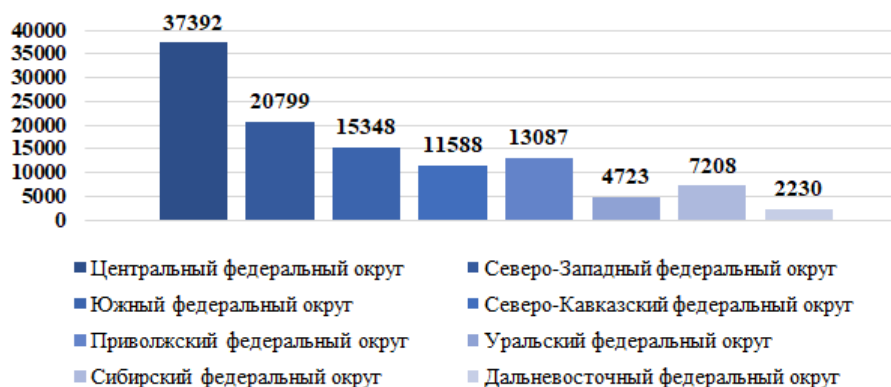


Рисунок 3. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди инвалидов войны по субъектам Российской Федерации в 2022 году.

Разница между максимальной и минимальной численностью составляет 35162 чел., то есть численность получателей дальневосточного федерального округа на 94 % меньше, чем численность получателей центрального федерального округа. Это объяснимо, тем что население центрального федерального округа в разы больше, чем население дальневосточного округа. Средняя численность получателей ежемесячных денежных выплат среди инвалидов войны по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составляет 14046,88 чел. Средняя численность на 38,6 % меньше максимальной численности получателей ежемесячных денежных выплат среди инвалидов войны по субъектам Российской Федерации в 2022г.

В Российской Федерации за 2022 год численность получателей ежемесячных денежных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны по субъектам Российской Федерации в 2022г. в общем составила 103569 чел. Максимальная численность получателей ежемесячных денежных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 60336 чел. в Северо-Западном федеральном округе. Минимальная численность получателей ежемесячных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 465 чел. в Северо-Кавказском федеральном округе.

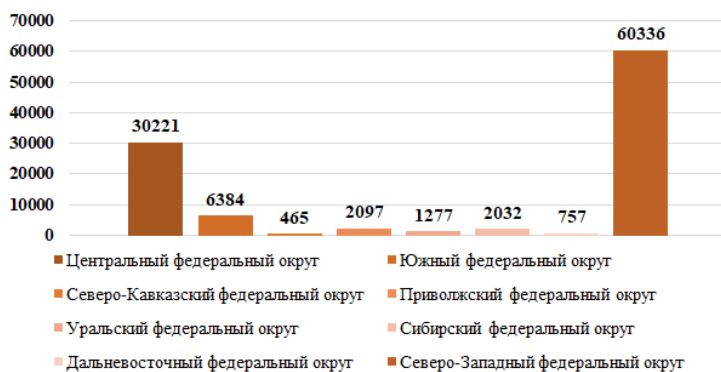


Рисунок 4. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди ветеранов ВОВ по субъектам Российской Федерации в 2022 году.

Разница между максимальной и минимальной численностью составляет 59871 чел., то есть численность получателей ежемесячных денежных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны в Северо-Кавказском федеральном округе меньше на 99,2 %, чем в Северо-Западном федеральном округе. Средняя численность получателей ежемесячных денежных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составляет 12946,13 чел. Средняя численность получателей ежемесячных денежных выплат среди ветеранов Великой Отечественной войны меньше максимального значения на 97,9 %.

В Российской Федерации за 2022 год численность получателей ежемесячных денежных выплат среди членов семей погибших инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 181341 чел.

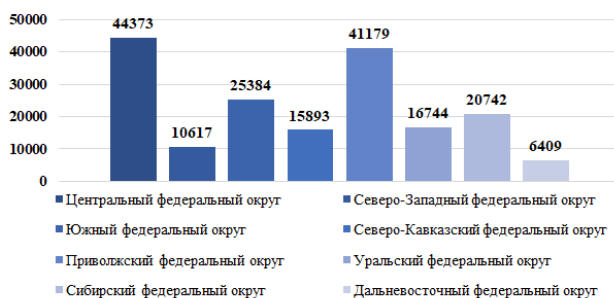


Рисунок 5. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди членов семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников ВОВ и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан по субъектам Российской Федерации в 2022 году.

Максимальная численность получателей ежемесячных денежных выплат среди членов семей погибших инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 44373 чел. в центральном федеральном округе. Минимальная численность получателей в 2022 г. составила 6409 чел. в дальневосточном федеральном округе.

Разница между максимальной и минимальной численностью составляет 37964 чел., то есть численность получателей ежемесячных денежных выплат среди членов семей погибших инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан по субъектам Российской Федерации в 2022 г. в дальневосточном федеральном округе меньше на 85,6 %, чем в центральном федеральном округе. Средняя численность получателей ежемесячных денежных выплат среди членов семей погибших инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий и приравненные к ним категории граждан по субъектам Российской Федерации в 2022 г. 22667,63 чел., что на 48,9 % меньше максимального значения.

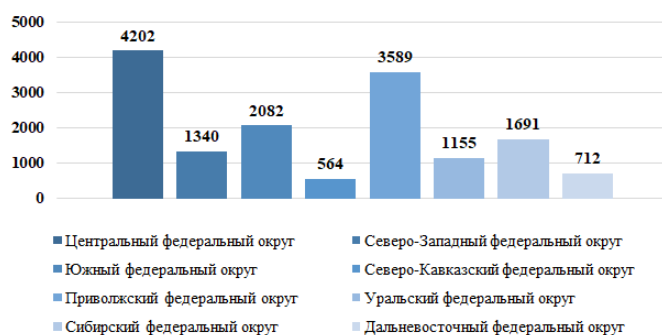


Рисунок 6. Численность получателей ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного с пребыванием на фронте по субъектам Российской Федерации в 2022 году.

В Российской Федерации за 2022 год численность получателей ежемесячных денежных выплат среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания связанного с пребыванием на фронте по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 15335 чел. Максимальная численность получателей в 2022 г. составила 4202 чел. в центральном федеральном округе. Минимальная численность получателей в 2022 г. составила 564 чел. в Северо-Кавказском федеральном округе.

Разница между максимальной и минимальной численностью составляет 3638 чел., то есть численность получателей ежемесячных денежных выплат среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания связанного с пребыванием на фронте по субъектам Российской Федерации в 2022 г. в Северо-Кавказском федеральном округе меньше на 86,6 %, чем в центральном федеральном округе. Средняя численность получателей ежемесячных денежных выплат среди родителей и жен военнослужащих, погибших вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного с пребыванием на фронте по субъектам Российской Федерации в 2022 г. составила 1916,9 чел., что на 54,4 % меньше максимального значения.

Завершая анализ можно сказать, что с каждым годом численность получателей ежемесячных денежных выплат стремительно снижается. Численность инвалидов войны с 2013г. по 2022 г. сократилось на 313 834 человека, то есть на 73,6 %, а ветеранов Великой Отечественной войны на 141445 человек, то есть на 57,7 %. Проанализировав данные показатели, можно сказать, что, к сожалению, в скором времени этих людей не станет, поэтому необходимо уделять особое внимание ветеранам Великой Отечественной войны, инвалидам войны, членам семей погибших (умерших) инвалидов войны, участникам Великой Отечественной войны и ветеранам боевых действий и приравненные к ним категории, родителям и женам военнослужащих, погибшим вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР или при исполнении обязанностей военной службы, либо вследствие заболевания, связанного пребыванием на фронте.

- 1 Афанасьева Л. И., Меркушин В. И. Великая Отечественная война в исторической памяти россиян // Социс. — 2005. — № 5. — С. 11.
- 2 Захаров М. Л., Тучкова Э. Г. Право социального обеспечения России 2-е изд. — М.: изд-во БЕК, 2002. — 560 с.
- 3 Лебина Н.Б., Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. Забота и контроль: социальная политика в советской действительности, 1917—1930-е годы // Советская социальная политика 1920—1930-х годов: идеология и повседневность / Под ред. П. В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. М., 2007. С. 21—67.
- 4 Гриф секретности снят. Потери Вооруженных сил СССР в войнах, боевых действиях и военных конфликтах: Статистическое исследование. — М., 1993. — С. 140, 141.
- 5 Зверева В. А. О правах и льготах ветеранов боевых действий // Право в Вооруженных Силах. № 4. 2014. - 208 с.

Миненко А.В., Селиверстов М.В.

Инструменты и проблемы регулирования в сфере ветеринарии и выпуска продукции и сырья животного происхождения Республики Хакасия

*Алтайский государственный аграрный университет
(Россия, Барнаул)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-202

Аннотация

В статье отмечена актуальность исследования предпосылок развития ветеринарии в регионе. Сказано о проблемах возникающих при внедрении использования системы ГИС «Меркурий», и внедрении риск – ориентированного подхода в рамках реформы контрольно – надзорной деятельности. Сказано о закреплении полномочий по осуществлению государственного ветеринарного надзора. Поставлены задачи регулирования. Приведен перечень мероприятий, проводимых ветеринарной службой, в частности представлены данные о ветеринарно – профилактических мероприятиях, проводимых в республике и количестве продукции проверенной ветеринарно – санитарной экспертизой. Отмечено совершенствование правового регулирования в области ветеринарии региона.

Ключевые слова: Сельское хозяйство, продукты питания, ветеринарная служба, проблемы регулирования, проводимые мероприятия, результаты.

Abstract

The article notes the relevance of the study of the prerequisites for the development of veterinary medicine in the region. It is said about the problems arising from the introduction of the use of the GIS "Mercury" system, and the introduction of a risk-based approach in the framework of the reform of control and supervisory activities. It is said about the consolidation of powers for the implementation of state veterinary supervision. Regulation tasks are set. A list of activities carried out by the veterinary service is given, in particular, data on veterinary and preventive measures carried out in the republic and the number of products verified by veterinary and sanitary examination are presented. The improvement of legal regulation in the field of veterinary medicine in the region was noted.

Keywords: Agriculture, food products, veterinary service, regulatory issues, ongoing activities, results.

В современных условиях весьма актуально исследование предпосылок развития ветеринарии в России, ее взаимосвязи с другими науками, причин создания и полномочий государственной ветеринарной службы, проблем государственного ветеринарного надзора (контроля) при использовании ГИС «Меркурий» и внедрении риск-ориентированного подхода в рамках реформы контрольно-надзорной деятельности. Законодательное закрепление полномочий по осуществлению государственного ветеринарного надзора (контроля) на федеральном уровне устранило многолетнюю проблему двойного ветеринарного надзора (контроля) в субъектах РФ, где ветеринарный надзор осуществлялся Россельхознадзором и государственными ветеринарными службами субъектов РФ без разделения полномочий [1; 2].

Нормативно-правовое регулирование в сфере ветеринарии и выпуска продукции и сырья животного происхождения находится в зоне ответственности Государственной ветеринарной службы Республики Хакасия [3]. Основными задачами государственного регулирования являются:

- обеспечение эпизоотического благополучия территории республики и Российской Федерации в целом;
- обеспечение выпуска безопасной в ветеринарно-санитарном отношении продукции и сырья животного происхождения;
- защита населения от болезней общих для человека и животных.

За отчетный период, с целью организации и контроля над проведением мероприятий по предупреждению возникновения и ликвидации карантинных и особо опасных болезней животных, включая сельскохозяйственных, домашних, зоопарковых и других животных, пушных зверей и птиц, рыб и пчел, выполнения планов противоэпизоотических и оздоровительных мероприятий, поддержания эпизоотического благополучия территории республики, специалистами отдела болезней животных и организации противоэпизоотических мероприятий департамента ветеринарии был проведен значительный объем работ, основные из которых приведены ниже.

В 2022 году было открыто 66 неблагополучных пунктов, из них постановлением Главы Республики Хакасия 14 пунктов, закрыто 65 неблагополучных пунктов, из них постановлением Главы Республики Хакасия 16 неблагополучных пунктов. В 2017 году был открыт 41 неблагополучный пункт, из них постановлением Главы Республики Хакасия 10 пунктов. Закрыт 51 неблагополучный пункт, из них постановлением Главы Республики Хакасия 9 пунктов.

Проведен эпизоотический мониторинг по африканской чуме свиней среди домашних свиней и диких кабанов, гриппу птиц и др. болезням животных и птиц. В отчетном периоде на АЧС проведено 575 исследований от домашних свиней, 9 проб от диких кабанов - результат отрицательный, на грипп исследовано 1770 исследований, – результат отрицательный. В 2017 году в рамках мониторинга на АЧС исследовано 777 проб от домашних свиней и 4 пробы от дикого кабана – отрицательно. На грипп исследовано 1862 пробы – отрицательно.

С целью координации действий исполнительных органов государственной власти Республики Хакасия, органов местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и граждан при решении задач, направленных на предупреждение (профилактику) возникновения, распространения заразных, в том числе особо опасных болезней животных, обеспечения эпизоотического и ветеринарно-санитарного благополучия территории Республики Хакасия проведены многочисленные заседания чрезвычайной противоэпизоотической комиссии при Правительстве Республики Хакасия [5]. Были рассмотрены вопросы и приняты дополнительные меры по предупреждению заноса и распространения особо опасных болезней, в том числе АЧС, ящура, высокопатогенного гриппа птиц, бешенства и др. В соответствии с Планом диагностических исследований, ветеринарно-профилактических и противоэпизоотических мероприятий в хозяйствах всех форм собственности государственной ветеринарной службой республики были проведены соответствующие ветеринарно-профилактические мероприятия (таблица 1).

Таблица 1

Ветеринарно-профилактические мероприятия в Республике Хакасия за 2017-2022 гг. [3].

<i>Профилактическая вакцинация</i>			<i>Диагностические исследования</i>		
<i>Сибирская язва животных</i>	<i>2017</i>	<i>2022</i>	<i>Туберкулез КРС</i>	<i>2017</i>	<i>2022</i>
	<i>543764</i>	<i>609023</i>		<i>191808</i>	<i>216587</i>
<i>Бешенство КРС</i>	<i>9841</i>	<i>19770</i>	<i>Бруцеллез КРС</i>	<i>180791</i>	<i>216128</i>
<i>КЧС свиней</i>	<i>40251</i>	<i>27060</i>	<i>Лейкоз КРС</i>	<i>54929</i>	<i>111571</i>

Выполнение плана диагностических, ветеринарно-профилактических и противоэпизоотических мероприятий составило 100%.

Кроме того, в полной мере выполнен весь комплекс ветеринарно-профилактических и ветеринарно-санитарных мероприятий, что позволило сохранить эпизоотическое благополучие территории Республики Хакасия по особо опасным болезням.

С целью контроля над соблюдением требований ветеринарного законодательства и недопущения попадания в пищу людям опасной в ветеринарно-санитарном отношении продукции за 2022 год подвергнуто осмотру и ветеринарно-санитарной экспертизе около 100 тыс. тонн продукции и сырья животного происхождения (2017 год – более 175 тыс. тонн), в том числе:

Таблица 2

Количество продукции проверенной ветеринарно-санитарной экспертизой в Республике Хакасия за 2017-2022 гг. [3]

Вид продукции	Количество, тыс. тонн	
	2017 год	2022 год
Мясо и мясопродукты	22,78	17,0
Молоко и молочные продукты	104,91	42,0
Рыба и рыбопродукты	6,65	7,2
Мед	0,055	0,023
Прочая продукция (корма, овощи и др.)	23,12	27,2 тыс. тонн
Яйцо	18,01 (321,64 млн. шт.)	6,5 (115,8 млн. шт.)

Специалистами госветслужбы республики было проведено ветеринарно-санитарных экспертиз в 2022 году 336847 (таблица 3).

Таблица 3

Количество исследований ветеринарно-санитарной экспертизы в Республике Хакасия за 2017-2022 гг. [3]

Вид продукции	Количество ветеринарно-санитарных экспертиз, единиц	
	2017 год	2022 год
Мясо и мясопродукты	247922	210885
Молоко и молочные продукты	46535	31658
Рыба и рыбопродукты	9678	12193
Мед	1005	363
Прочая продукция (корма, овощи и др.)	114190	76467
Яйцо	6597	5281

Снижение количества продукции, подвергнутой ветеринарно-санитарной экспертизе, и количества проведенных ветеринарно-санитарных экспертиз в 2022 году в сравнении с 2017 годом связано с изменением в законодательстве в части возможности оформления хозяйствующими субъектами ветеринарных сопроводительных документов на продукцию животного происхождения, изготовленную из сырья, прошедшего ветеринарно-санитарную экспертизу, без необходимости проведения ветеринарно-санитарной экспертизы готовой продукции животного происхождения.

При проведении ветеринарно-санитарной экспертизы выявлены случаи инвазионных заболеваний животных и рыб, в том числе опасных для человека

Таблица 4

Количество случаев инвазионных заболеваний в Республике Хакасия за 2017-2022 гг. [3]

Наименование показателя	2017 год	2022 год
Количество случаев инвазионных заболеваний, в том числе опасных для человека:	1761	920
цистицеркоз крупного рогатого скота	3	0
эхинококкоз крупного рогатого скота	156	186
эхинококкоз мелкого рогатого скота	988	201
эхинококкоз свиней	152	42
трихинеллез диких хищных животных	1	1

Значительное снижение общего количества инвазионных заболеваний животных и рыб, выявленных при ветеринарно-санитарной экспертизе, в 2022 году в сравнении с 2017 годом произошло в результате снижения количества продукции, подвергнутой ветеринарно-санитарной экспертизе, и количества проведенных ветеринарно-санитарных экспертиз в 2022 году в сравнении с 2017, а также в результате проведения специалистами государственной ветеринарной службы ветеринарных профилактических обработок животных, являющихся источником заболеваний, широкой ветеринарной просветительской работе среди населения.

Правовое регулирование в области ветеринарии Республики Хакасия осуществляется законом «О ветеринарии» и другими нормативными правовыми актами. В последнее время к

имеющимся законам и подзаконным актам, регулирующим отношения в сфере ветеринарной деятельности, присоединяются новые или измененные технические и административные регламенты. Правовое регулирование в области ветеринарии и ветеринарной деятельности постоянно совершенствуется, что позволяет решить большинство проблем, связанных с ограничительными мерами по устранению неблагополучных пунктов, приводящих к распространению инфекции [6].

Таким образом, инструменты и проблемы регулирования в сфере ветеринарии и выпуска продукции и сырья животного происхождения Республики Хакасия в целом достаточно эффективны и по своей методологической основе соответствуют общероссийской практике. Правовое регулирование в области ветеринарии и ветеринарной деятельности постоянно совершенствуется, что позволяет решить большинство проблем, связанных с ограничительными мерами по устранению неблагополучных пунктов, приводящих к распространению инфекции.

1. Миролобова, С. Ю. История и современность развития государственной ветеринарной службы и государственного ветеринарного контроля (надзора) в Российской Федерации / С. Ю. Миролобова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. – 2022. – № 2(49). – С. 121-138. – DOI 10.17308/law/1995-5502/2022/2/121-138. – EDN DWLPQR.
2. Перспективы развития основных отраслей Республики Хакасия в условиях турбулентной экономики / Е. Б. Соломонова, А. А. Назаров, Т. Б. Коняхина, М. А. Кузнецова // Конкурентный потенциал региона: оценка и эффективность использования: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции, Абакан, 09–12 ноября 2022 года. – Абакан: Издательство ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова», 2022. – С. 135-137. – EDN GBQZNG.
3. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Хакасия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msxrh.ru>, свободный – (дата обращения 23.03.2023).
4. ГБУ РХ «Информационно-консультационный центр развития Агропромышленного комплекса РХ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://арк.г-19.ru/>, свободный – (дата обращения 18.03.2023).
5. Управления Россельхознадзора по Республикам Хакасия и Тыва и Кемеровской области - Кузбассу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsn-hak.ru/rukovodstvo>, свободный – (дата обращения 21.03.2023).
6. Бондарев, А. Я. Правовое регулирование мероприятий, направленных на предотвращение распространения и ликвидацию очагов заразных болезней животных в Российской Федерации / А. Я. Бондарев // Наука XXI века: вызовы, становление, развитие : Сборник статей X Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 20 марта 2023 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 179-185. – EDN OKXAJZ.

Митина А.А., Калюгина И.В.

Роль налоговых органов в налоговом администрировании

Воронежский государственный аграрный университет

им. императора Петра I

(Россия, Воронеж)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-203

Аннотация

Данная статья рассматривает деятельность налоговых органов по администрированию платежей в бюджет и государственной регистрации налогоплательщиков, что является важной составляющей функционирования госслужбы в РФ.

Ключевые слова: налоги, налоговые органы, налоговое администрирование, государственная регистрация, налогоплательщики.

Abstract

This article examines the activities of tax authorities in the administration of payments to the budget and state registration of taxpayers, which is an important component of the functioning of the civil service in the Russian Federation.

Keywords: taxes, tax authorities, tax administration, state registration, taxpayers.

Каждое государство всегда стремилось к развитию экономики, в части которой весомую долю занимает развитие устойчивых взаимоотношений с налогоплательщиками.

Налоги были и будут главным критерием пополнения бюджета. Так, согласно п.1 ст.8 НК РФ такое понятие как «налог» характеризуется как «обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований» [1].

Благодаря данным поступлениям, развивается система здравоохранения и образования, средства идут на оборону страны и на поддержание государства в целом. Поэтому важной целью является полное и своевременное поступление налоговых платежей в бюджеты различных уровней. Налоговые органы являются посредником между государством и налогоплательщиками, исполняя задачи для достижения поставленных целей. Отсюда возникает такое понятие как «налоговое администрирование». Впервые такой термин появился в приказе МНС России от 16 апреля 2004 г. № САЭ330/290 «Об организации работы по налоговому администрированию крупнейших налогоплательщиков и утверждении критериев отнесения российских организаций - юридических лиц к крупнейшим налогоплательщикам, подлежащим налоговому администрированию на федеральном и региональном уровнях» [3].

В НК РФ не содержится такого понятия как «налоговое администрирование», авторы по-разному трактуют данный термин. Наиболее популярным мнением считается точка зрения Романовой И.Б., которая считает, что «Налоговое администрирование – это система управления налоговыми отношениями в государстве, функционирующая на основе законодательной деятельности налоговых органов на всех уровнях» [4].

В соответствии со ст. 30 НК РФ «Налоговые органы составляют единую централизованную систему контроля за соблюдением законодательства о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты (перечисления) в бюджетную систему Российской Федерации налогов, сборов, страховых взносов, а в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты (перечисления) в бюджетную систему Российской Федерации иных обязательных платежей» [1].

Деятельность налоговых органов по администрированию платежей в бюджет является важной составляющей функционирования госслужбы в РФ, которая основывается на Федеральном законе № 79-ФЗ «О государственной службе» [5].

Главная задача ФНС – это обеспечение полного и своевременного поступления налоговых платежей в бюджеты всех уровней.

Исходя из вышеизложенного, необходимо проанализировать такую функцию ФНС как государственная регистрация юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств.

Юридические лица или индивидуальные предприниматели имеют обособленное имущество и отвечают им по своим обязательствам. Каждый экономический субъект на этапе учреждения проходит государственную регистрацию, предоставляя соответствующие учредительные документы и утвержденный устав, а также доказательства действий в правовом поле.

После прохождения регистрации субъект хозяйствования появляется в информационном ресурсе Единой государственной регистрации юридических лиц (ЕГРЮЛ), или в ресурсе Единой государственной регистрации индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП)

Согласно ФЗ № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» «ЕГРЮЛ – это федеральный источник, содержащий в себе общую информацию о регистрации и ликвидации каждой организации, осуществляющей

предпринимательскую деятельность на территории Российской Федерации». «ЕГРИП — государственный реестр, который хранит сведения об индивидуальных предпринимателях» [6]

На основе данных представленных на сайте ФНС, проанализируем количество зарегистрированных юридических и физических лиц в ФНС Российской Федерации в период с 2020 – 2022 годы (рис. 1).

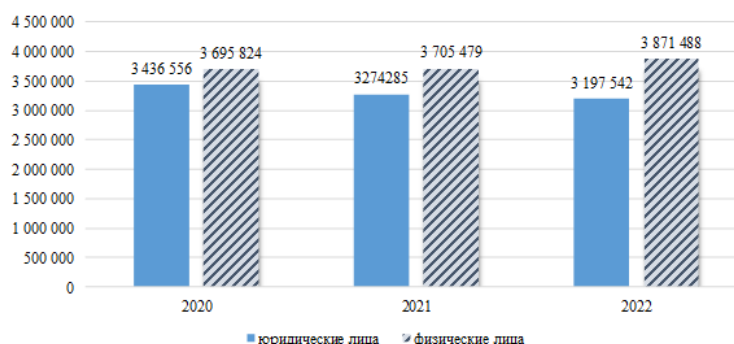


Рисунок 1. Количество зарегистрированных физических и юридических лиц в Федеральной налоговой службе РФ. [2]

Анализ рисунка 1 позволяет сделать следующие выводы. В период с 2020-2022 гг. количество зарегистрированных налоговыми органами физических лиц в РФ ежегодно увеличивалось. Сравнивая 2020 и 2022 годы можно отметить, что количество зарегистрированных физических лиц увеличилось на 175 664. Количество юридических лиц, наоборот, только уменьшалось, если в 2020 году составляло 3 436 556 по РФ, то на конец 2022 годы – 3 197 542, что на 239 014 меньше.

Для более детального изучения данного вопроса, проанализируем зарегистрированных юридических и физических лиц в Воронежской области. Как известно, регистрирующим налоговым органом по Воронежской области является Межрайонная инспекция ФНС России № 12, в задачи которой входит множество функций, но главной является государственная регистрация юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей, после чего ведется контроль за их деятельностью и своевременной оплатой налогов.

Согласно отчетам, представленным МИФНС № 12 России по Воронежской области, проанализируем показатели учета налогоплательщиков за 2020-2022 годы (таблица 1).

Таблица 1

Показатели учета налогоплательщиков – организаций и физических лиц по Воронежской области. [2]

№	Показатели	01.01.2020		01.01.2021		01.01.2022		Темп роста 2022 г. к 2021 г.	
		Единиц		Единиц		Единиц		%	(+, -)
1	Количество налогоплательщиков, состоящих на учете в налоговой инспекции, чел:	42 003	100	48 014	100	44 007	100	91,7	-4 007
2	- юридические лица	21 346	50,82	24 500	51,03	20 377	46,30	83,2	-4 123
3	- физические лица, индивидуальные предприниматели	20 657	49,18	23 514	48,97	23 630	53,70	100,5	116
4	Количество налогоплательщиков, прекративших свою деятельность, чел:	8920	100	8520	100	9377	100	110,1	857
5	- юридические лица	468	5,25	674	5,92	555	5,92	82,3	-119
6	- физические лица, индивидуальные предприниматели	8 452	94,75	7 846	94,08	8 822	94,08	112,4	976

Так, исходя из представленных данных в таблице 1, можно сделать выводы, что в период с 2020 – 2022 годы, в целом, количество стоящих на налоговом учете налогоплательщиков имело неустойчивую динамику. Количество налогоплательщиков, стоящих на учете в МИФНС № 12 по Воронежской области, снизилось на 4 007. Количество юридических лиц в изучаемый период сократилось на 4 123 плательщика, а количество физических лиц увеличилось на 116.

Также количество вовсе прекративших деятельность налогоплательщиков составило 857. Наибольшее число прекративших свою деятельность организаций пришлось на 2022 год – 9377, а наименьшее в 2021 году – 8520.

Исходя из вышеизложенного, можно предположить, что могло послужить такому, сокращению предприятий: такие факторы как достижение поставленных целей, для которых было создано юридическое лицо или же в связи с истечением срока, итогом чего стала ликвидация организации, отсутствие финансов для продолжения своей деятельности. Такое количество прекративших свою деятельность налогоплательщиков отрицательно сказывается на экономике государства в целом.

Налоговые органы решают вопросы о государственной регистрации налогоплательщиков либо отказе в ней. На рисунке 2 наглядно представлено, количество решений о регистрации налогоплательщиков в МИФНС России № 12 по Воронежской области.

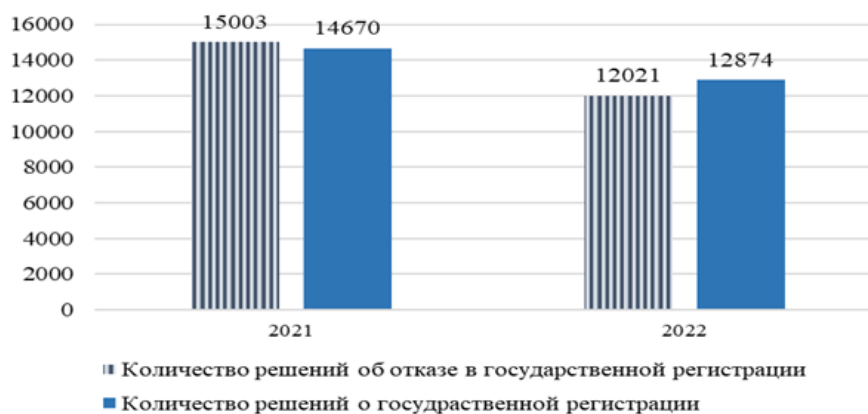


Рисунок 2. Количество решений о государственной регистрации МИФНС России № 12 по Воронежской области. [2]

Рисунок 2 показывает, что количество положительных решений налоговым органом в 2021 году было больше на 1796. Количество решений об отказе в регистрации в 2021 году также было больше, чем в 2022 году на 2982. В целом, динамика является отрицательной, так как в 2022 году сократилось общее количество решений, что говорит о малой численности желающих налогоплательщиков регистрироваться.

Причин влияющие на отказ в государственной регистрации множество, некоторые из них: неправильный адрес, орфографические ошибки, недостоверные данные и т.д. Еще одной из причин является обнаружение налоговыми органами фирм-однодневок и пресечение их регистрации.

Таким образом, в настоящее время налоговые органы проводят огромную работу и их деятельность играет важную роль в экономике страны.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) / [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/;
2. Отчеты о работе по государственной регистрации юридических лиц и физических лиц / [Электронный ресурс] URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/regstats/

3. Приказ МНС России от 16.04.2004 N САЭ-3-30/290@ (ред. от 11.06.2021) «Об организации работы по налоговому администрированию крупнейших налогоплательщиков» / [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47536/;
4. Романова, И. Б. Налоговое администрирование: учеб. пособие / И. Б. Романова. – Ульяновск: УлГУ, 2018. – 54 с.;
5. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N 79-ФЗ(последняя редакция) / [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/;
6. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция) / [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/.

Михайлов М.В.

Перспективы совершенствования региональной инфраструктуры РФ

*Чебоксарский кооперативный институт
(Россия, Чебоксары)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-204

Аннотация

Цель настоящего исследования: обозначить перспективы совершенствования региональной инфраструктуры РФ. Материальную основу исследования составили работы следующих авторов: И.В. Митрофанова, О.А. Давыдова, И.В. Васильева, Д.М. Амиралиева, А.В. Буренков и другие. Кроме того, были проанализированы статистические данные, содержащиеся на следующих ресурсах: infraoneresearch.ru, rosstat.gov.ru, pppcenter.ru. В результате сделаны следующие выводы. Анализ интегральных индексов регионов РФ указывает на то, что наиболее проблемными областями являются следующие: энергетика, телекоммуникации и социальная инфраструктура. Одной из основных причин указанной ситуации является тот факт, что большая часть финансовых средств инвестируется в модернизацию расширения магистральной и развитие автомобильных дорог. Иначе говоря, проблемные области не являются привлекательными для инвесторов. С целью привлечь дополнительные инвестиции в указанные сферы следует привести энергетическую, телекоммуникационную и социальную инфраструктуры в соответствие с принципами G20, среди которых следует отметить следующие: инфраструктурные инвестиции должны приводить к улучшению экологии региона; инфраструктуры должны быть устойчивы к стихийным бедствиям и прочим рискам; необходимо наличие эффективной управленческой структуры в регионе.

Ключевые слова: региональная инфраструктура, телекоммуникации, интегральный индекс, инвестиции, инвестиционная привлекательность, принципы, экономические условия.

Abstract

The purpose of this study: to outline the prospects for improving the regional infrastructure of the Russian Federation. The material basis of the study was formed by the following authors: I.V. Mitrofanova, O.A. Davydova, I.V. Vasilieva, D.M. Amiralieva, A.V. Burenkov and others. In addition, we analyzed statistical data contained in the following resources: infraoneresearch.ru, rosstat.gov.ru, pppcenter.ru. As a result, the following conclusions were drawn. The analysis of integral indices of RF regions indicates that the most problematic areas are the following: energy, telecommunications and social infrastructure. One of the main reasons for this situation is the fact that most of the financial resources are invested in the modernisation of the expansion of highways and the development of highways. In other words, the problem areas are not attractive to investors. In order to attract additional investment in these areas, energy, telecommunication and social infrastructure should be brought into line with the G20 principles, among which are: infrastructure investment should lead to environmental improvements in the region; infrastructure should be resilient to natural disasters and other risks; an effective management structure for the region should be in place.

Keywords: regional infrastructure, telecommunications, integral index, investment, investment attractiveness, principles, economic conditions.

Проблема заключается в том, что в Российской Федерации распределение ресурсов демонстрирует характер неравномерности. Указанная ситуация также справедлива для распределения населения страны. Так, самое большое количество людей проживает в Москве (более двенадцати миллионов человек), второе место занимает Московская область (порядка семи с половиной миллионов) [9]. Меньше всего людей проживает в Чукотском автономном округе. Неравномерное распределение, в первую очередь, связано с климатическими условиями. И.В. Митрофанова утверждает, что в состав страны входят пустынные, тропические территории, а также регионы вечной мерзлоты [8, с. 83]. Представляется очевидным, что региональные инфраструктуры в РФ развиты не в равной степени.

Обоснование процессов, происходящих на конкретных территориях, изучение обострившихся территориальных проблем развития, регулирования хозяйственного развития территориальных ячеек, приобретают все большую актуальность в современных экономических условиях.

Прежде чем обозначить перспективы совершенствования инфраструктуры российских регионов, следует проанализировать, в каком состоянии она находится на сегодняшний день. За основу взят «интегральный индекс развития инфраструктуры», предложенный специалистами «infraoneresearch»:



Рисунок 1. Индекс развития инфраструктуры РФ 2021-2022 гг. [6]

В Москве интегральный индекс равен 7.75, что указывает на то, что инфраструктура этого региона является наиболее развитой. При этом следует акцентировать внимание на том факте, что по сравнению с 2019 годом произошло снижение интегрального индекса. О.А. Давыдова связывает это с тем, что произошло снижение по следующим городским индексам: транспорт, энергетика, телекоммуникации [4].

Что касается Санкт-Петербурга, то его интегральный индекс меньше московского примерно на единицу (6.81). И если в 2019 году индекс продемонстрировал падение на 0.02, то в 2020 он стал еще меньше: 0.1. И.В. Васильева, акцентируя внимание на транспортной инфраструктуре города, указывает, что ухудшение показателей наблюдается в следующих сферах: энергетика, коммунальная инфраструктура, сфера телекоммуникаций [3].

И если в период 2018-2019 гг. первое место занимал ХМАО с индексом 6.52, то в 2020 году абсолютным лидером является Московская область, чей интегральный индекс составляет 6.59

Республика Дагестан обладает минимальным значением интегрального индекса на протяжении всех периодов исследования, составившим 4.03 в 2020 году. Наиболее проблемной инфраструктурной сферой региона являются телекоммуникации.

В 2020 году интегральный индекс развития инфраструктуры Чувашии был равен 5.82, что позволяет сделать вывод о том, что он выше чем у шестидесяти двух регионов. По сравнению с 2019 годом он вырос на 0.05. Примечательно, что социальная инфраструктура Чувашской республики является единственной отраслью, которая выше среднего значения по России. Эксперты утверждают, что транспорт, энергетика, коммунальные услуги и телекоммуникации – это инфраструктуры Республики Чувашии, которые в большей степени нуждаются в дополнительных инвестициях. При этом порядка пяти миллиардов восьмисот миллионов рублей было вложено в регион в 2020 году, что составляет семь с половиной процентов от общего регионального бюджета. Ситуацию в республике следует представить следующим образом:



Диаграмма 1. Отраслевые индексы в Республике Чувашии 2020 год. [10]

Анализ итогов 2020 года позволяет сделать вывод о том, что интегральный индекс демонстрирует рост у сорока девяти регионов РФ, не изменился у одиннадцати регионов. Кроме того, снижение происходило у двадцати пяти регионов. Следует отметить, что наиболее проблемными областями являются: энергетика, телекоммуникации и социальная инфраструктура.

А.В. Буренков и А.В. Тодовьянская видят причину указанной ситуации в недостаточной инвестиционной привлекательности ряда регионов [2]. Мнение исследователей коррелирует со словами Салеха бин Маджид Аль-Хулаифи, изложенными им в рамках Петербургского Международного Экономического Форума в 2021 году [7]. Так, он утверждал следующее. С целью привлечь дополнительные инвестиции из внешних источников необходимо сформировать новые строительные подходы, позволяющие эксплуатировать объекты инфраструктуры. Необходимо учитывать не только эффективность экономического характера, но также социальные и экологические факторы. На сегодняшний день на инвестиционную привлекательность регионов РФ влияют следующие факторы: реализация перехода к возобновляемой энергии; электрификация транспортной системы; обеспечение объектов социальной инфраструктуры доступом к сети «Интернет»; повышение уровня здравоохранительной системы.

Примечательно, что наибольший интерес для России с точки зрения инвестиционной привлекательности представляют автомобильные дороги, желание расширить магистральную инфраструктуру, а также план модернизации комплексного характера, что подтверждается «Аналитическим обзором Инвестиций в инфраструктуру и ГЧП 2021 года». Данные следует представить следующим образом:

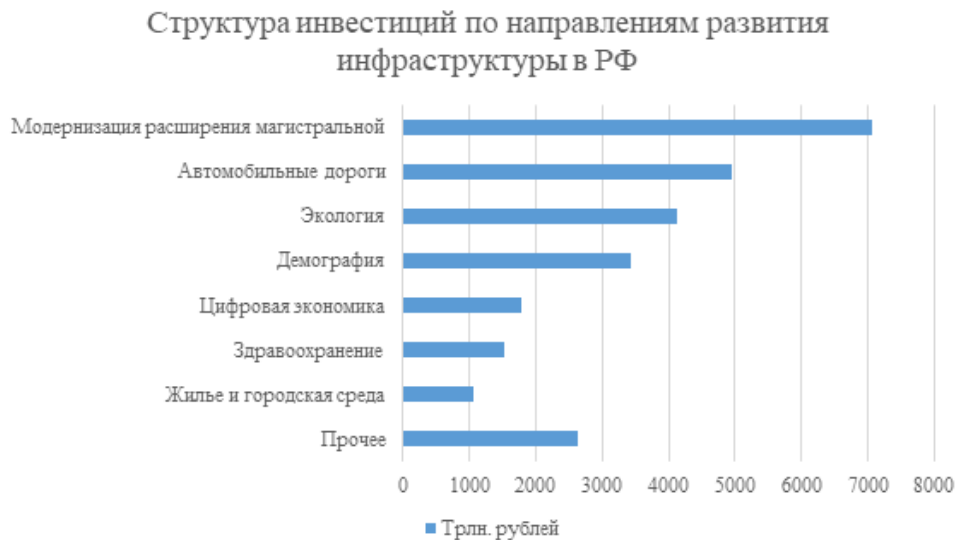


Диаграмма 2. Структура инвестиций по направлениям развития инфраструктуры в РФ. [1]

Анализ представленных данных позволяет сделать вывод о том, что перспективы совершенствования региональной инфраструктуры должны включать в себя привлечение дополнительных инвестиций в следующие области: энергетика, телекоммуникации и социальная инфраструктура.

Несмотря на то, что в 2020 году инвестиционные потоки в РФ демонстрировали наличие положительной динамики, И. Торосов утверждает, что на частные инвестиции приходится лишь полтора процента, что является недостаточным [5]. Указанный факт свидетельствует о том, что необходимо разработать эффективный инструментарий, который позволит повысить инвестиционную привлекательность российских регионов для частных инвесторов. Важным в данном аспекте представляется привлечение международных инвесторов, особенно институциональных, которые традиционно предъявляют повышенные требования к инвестиционным проектам.

Полагаем, что «Принципы G20 по инвестициям в качественную инфраструктуру» могут стать основой, опираясь на которую, возможно сделать регионы России более привлекательными с инвестиционной точки зрения. Они следующие [11]:

- максимизация положительного воздействия инфраструктуры для достижения устойчивого роста и развития;
- повышение экономической эффективности с учетом стоимости жизненного цикла;
- инфраструктурные инвестиции должны приводить к улучшению экологии региона;
- повышение устойчивости к стихийным бедствиям и другим рискам;
- интеграция социальных аспектов в инфраструктурные инвестиции;
- наличие эффективной управленческой структуры.

На основании вышеизложенного приходим к следующим выводам. Анализ интегральных индексов регионов РФ указывает на то, что наиболее проблемными областями являются следующие: энергетика, телекоммуникации и социальная инфраструктура. Одной из основных причин указанной ситуации является тот факт, что большая часть финансовых

средств инвестируется в модернизацию расширения магистральной и развитие автомобильных дорог. Иначе говоря, проблемные области не являются привлекательными для инвесторов. С целью привлечь дополнительные инвестиции в указанные сферы следует привести энергетическую, телекоммуникационную и социальную инфраструктуры в соответствие с принципами G20, среди которых следует отметить следующие: инфраструктурные инвестиции должны приводить к улучшению экологии региона; инфраструктуры должны быть устойчивы к стихийным бедствиям и прочим рискам; необходимо наличие эффективной управленческой структуры в регионе.

1. Аналитический обзор. Инвестиции в инфраструктуру и ГЧП в 2021 году. [Электронный ресурс] / Доступ: <https://pppcenter.ru/upload/iblock/312/312a2ad6182866e21407990ab0bb16a2.pdf> (дата обращения: 07.03.2023).
2. Буренков А.В., Годовянская А.В. Развитие инфраструктуры: ключевые принципы качественных инфраструктурных инвестиций. Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2022. № 5-1 (137). С. 102-107.
3. Васильева И.В. Развитие транспортной инфраструктуры в рамках международного туризма в Санкт-Петербурге. В сборнике: Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития. XVII Всероссийская научно-практическая конференция. 2020. С. 44-45.
4. Давыдова О.А. Оценка развития транспортной инфраструктуры региона (на примере города Москвы). Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2021. № 2 (66). С. 10-20.
5. Илья Торосов. Первый заместитель Министра экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс] / Доступ: <https://roscongress.org/speakers/torosov-ilya/quotes/> (дата обращения: 07.03.2023).
6. Индекс развития инфраструктуры России 2021. [Электронный ресурс] / Доступ: https://infraoneresearch.ru/index_id/2021 (дата обращения: 07.03.2023).
7. Инфраструктура со знаком качества. Как меняется взгляд инвесторов на проекты? [Электронный ресурс] / Доступ: <https://roscongress.org/sessions/spief-2021-infrastruktura-so-znakom-kachestva-kak-menyuetsya-vzglyad-investorov-na-proekty/discussion/> (дата обращения: 07.03.2023).
8. Митрофанова И.В. Региональная экономика и политика: учебное пособие / И.В. Митрофанова, В.В. Батманова; Министерство образования и науки РФ; ФГБОУ ВПО "Волгоградский государственный университет". – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2012. 377 с.
9. Федеральная служба государственной статистики (31 января 2023). [Электронный ресурс] / Доступ: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/PrPopul2023_Site.xlsx (дата обращения: 07.03.2023).
10. Чувашия. [Электронный ресурс] / Доступ: https://infraoneresearch.ru/index_id/regions/81-chuvashia?year2021 (дата обращения: 07.03.2023).
11. G20 Principles for quality infrastructure investment. [Электронный ресурс] / Доступ: https://www.mof.go.jp/english/policy/international_policy/convention/g20/annex6_1.pdf (дата обращения: 07.03.2023).

Михайлов М.В.

Принципы обеспечения эффективности региональной инфраструктуры

*Чебоксарский кооперативный институт
(Россия, Чебоксары)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-205

Аннотация

Цель настоящего исследования: обозначить принципы, обеспечивающие эффективность инфраструктуры регионов РФ. Материальную основу исследования составили работы следующих авторов: Э.Б. Алаев, В.Н. Стаханов, М.Б. Алекеев, Т.А. Акимова, Дж.К. Лафта, О.Э. Кириенко, Н.Ф. Полякова. В результате сделаны следующие выводы. Инфраструктура представляет собой систему, включающую в состав себя как материальные объекты (автомобили, дома, дороги), так и отрасли народного хозяйства. Следует также отметить тот факт, что цель региональной инфраструктуры – создавать такие условия, которые не только повышают производственные мощности (экономическая функция), но и создают достойные условия для жизнедеятельности граждан государства (социальная функция). В силу того, что инфраструктура представляет собой сложную систему, можно выделить «общие» принципы

развития, обеспечивающие ее эффективность: оперативность, экономичность, адаптивность, функциональная пригодность (по Дж. К. Лафту). На основании работы Н.Ф. Поляковой следует обозначить следующие специфические «региональные инфраструктурные принципы»: доступность, надежность, сопряженность.

Ключевые слова: инфраструктура региона, система, организационная теория, надежность, доступность, сопряженность, эффективность, обеспечение.

Abstract

The purpose of this study: to outline the principles that ensure the effectiveness of the infrastructure of the regions of the Russian Federation. The material basis of the research was formed by the following authors: E.B. Alaev, V.N. Stakhanov, M.B. Alekeev, T.A. Akimova, J.K. Lafta, O.E. Kirienko, N.F. Polyakova. The following conclusions are drawn as a result. Infrastructure is a system that includes both material objects (cars, houses, roads) and the sectors of national economy. It should also be noted that the purpose of regional infrastructure is to create such conditions that not only increase the production capacity (economic function), but also create decent living conditions for the citizens of the state (social function). Due to the fact that infrastructure is a complex system, we can identify the "general" principles of development that ensure its effectiveness: efficiency, cost-effectiveness, adaptability, functional suitability (according to J.K. Laft). Based on the work of N.F. Polyakova the following specific "regional infrastructure principles" should be identified: accessibility, reliability, connectivity.

Keywords: regional infrastructure, system, organizational theory, reliability, accessibility, connectivity, efficiency, provision.

На сегодняшний день в Российской Федерации одной из основных проблем, замедляющих темпы роста экономики, является недостаточная обеспеченность регионов современной, отвечающей актуальным требованиям, инфраструктурой. Ряд исследователей, среди которых необходимо отметить О.Э. Кириенко, сходятся во мнении относительно того, что региональная инфраструктура, демонстрирующая характер эффективности, является одним из базовых условий, позволяющих региону составлять конкурентоспособность (в экономическом смысле) другим субъектам РФ [4].

Региональная инфраструктура формирует и обеспечивает связи устойчивого характера между хозяйствующими субъектами, что указывает на ее важность. Иначе говоря, то, какими темпами инфраструктура развивается, расширяется и обновляется – это то, что представляет собой условия, в силу которых производственные процессы повышают свою эффективность. Указанные факты свидетельствуют о необходимости определения принципов, позволяющих обеспечить эффективное функционирование инфраструктуры региона. Но прежде чем рассмотреть принципы, следует дать определение термину «инфраструктура».

Несмотря на то, что проблеме развития инфраструктуры посвящено большое количество исследований, научное сообщество демонстрирует отсутствие единого мнения относительно определения термина «инфраструктура».

Так, например, в Великобритании существует категория «public works», под которой принято понимать строительство дорог, больниц, иначе говоря, инфраструктурных объектов, оплачиваемых государственным аппаратом [9].

По причине того, что в России отсутствует единый подход, позволяющий определять состав комплекса инфраструктурного характера, невозможно сформировать верифицируемую статистику, которая бы указывала на степень ее развития в отдельно взятых регионах. В результате экономисты обращаются к различным косвенным показателям, что позволяет условно характеризовать степень обеспеченности региональной инфраструктурой. Именно по этой причине до того, как состояние и степень развития региональной инфраструктуры будут оценены и проанализированы, необходимо уточнять понятие «инфраструктура» и определять принципы ее функционирования.

Анализ экономической литературы позволяет сделать вывод о том, что имеют место два подхода, посредством которых исследователи определяют термин «инфраструктура».

Первый подход представлен, например, Э.Б. Алаевым, утверждающим, что инфраструктура – совокупность материальных объектов (домов, систем и сетей), которые напрямую не относятся к созданию благ материального характера, но при этом представляют собой необходимые для производственного процесса (автомобили, электроника, связь, вода) условия [2 с. 232]. Кроме того, указанные условия позволяют обеспечить гражданам страны достойную повседневную жизнь (больницы, поликлиники, культурные объекты, предприятия бытового обслуживания и так далее).

Второй подход представлен, например, В.Н. Стахановым, утверждающим, что инфраструктура – это система, демонстрирующая характер динамичности, которая формируется в силу того, что определенные виды деятельности интегрируются в отрасли народного хозяйства [8, с. 32]. При этом автор акцентирует внимание на том факте, что назначением указанной интеграции является желание субъектов создать такие условия, которые не только повышают производственные мощности, но и позволяют создать достойные условия для жизни граждан государства.

В действительности указанные подходы не исключают и не противоречат друг другу. Учет двух точек зрения позволяет сформировать целостную картину, включающую в себя как социальные отношения, так и материальные и вещественные объекты. Таким образом, инфраструктура представляет собой систему, включающую в состав себя как материальные объекты (автомобили, дома, дороги), так и отрасли народного хозяйства. Следует также отметить тот факт, что цель региональной инфраструктуры – создавать такие условия, которые не только повышают производственные мощности (экономическая функция), но и создают достойные условия для жизнедеятельности граждан государства (социальная функция).

В связи с этим региональная инновационная инфраструктура как целостное образование и совокупность взаимодействующих элементов должна рассматриваться как система с определенным типом организационной взаимосвязи (способом упорядочивания элементов) и обладать определенными правилами построения. Следовательно, принципы, позволяющие сформировать эффективную региональную инфраструктуру, должны базироваться на «общих» системных принципах.

С точки зрения общей системной теории, основы которой были заложены в сороковых годах двадцатого века Л. Фон Берталанфи, в качестве «системы» понимается совокупность большого количества детерминант, каждая из которых обладает собственными свойствами, множественностью отношений и связями [3, с. 26].

И.В. Блауберг и Э.Г. Юдин утверждали, что система обладает следующими признаками: она представляет собой целостное образование; включает в себя множественность связей; демонстрирует характер организованности; обладает некоторым количеством уровней, что указывает на иерархичность; целесообразна [7, с. 32-33]. Указанные признаки свидетельствуют о том, что система представляет собой структуру, выделение которой представляется возможным в силу того, что множество связанных друг с другом объектов функционирует в неразрывном единстве.

Т.А. Акимова в рамках системной теории указывает на наличие следующих принципов [1, с. 61]:

- система иерархична, так как ее анализ позволяет установить наличие структуры определенного типа (иерархичность);
- система разнообразна, так как в ее состав входят неидентичные элементы, обладающие индивидуальностью. Тот факт, что система разнообразна, позволяет утверждать, что она также гетерогенна (необходимое разнообразие);
- включение в систему новой детерминанты приводит к ее усложнению в прогрессии (принцип эмерджентности);
- система стремится сохранить себя, так как обладает следующими характеристиками: устойчивость и выносливость. То, насколько успешно

система может самостоятельно сохранять себя, указывает на ее потенциальную эффективность (принцип самосохранения);

- система адаптивна.

Дж. К. Лафта, в свою очередь, в рамках организационной теории указывает на наличие следующих системных принципов [5, с. 110-112]:

- оперативность. Элементы системы активно взаимодействуют друг с другом;
- экономичность. Элементы системы разделяют требующие выполнения задачи между собой, что указывает на тот факт, что функции не дублируются, а затраты требуют минимальных усилий;
- адаптивность. Системы способны оперативно перестраиваться и приспосабливаться к новым условиям;
- функциональная пригодность.

Если ранее речь шла про «общие», системные принципы, то Н.Ф. Полякова в рамках своей работы предлагает специфические «региональные инфраструктурные принципы» [6]. Ими являются следующие:

- инфраструктура должна демонстрировать характер доступности. Указанный принцип проявляется следующим образом. Если инфраструктура способна к обеспечению потребностей хозяйствующих субъектов (отдельно взятого субъекта РФ) собственными усилиями, то речь идет о ее доступности. Также следует отметить, что указанный принцип находит отражение в следующих аспектах: близость (в территориальном отношении) и стоимость услуг, приемлемая для большей части населения;
- региональная инфраструктура должна демонстрировать характер надежности. Иначе говоря, должны быть минимизированы возможные непрогнозируемые риски, аварии. Следовательно, инфраструктура должна обеспечивать бесперебойный процесс воспроизводства и обмена товарами. Надежность находит отражение в следующих аспектах: качество и скорость обслуживания населения;
- сопряженность. Находит отражение в том факте, что развитие инфраструктурных элементов соответствует обслуживаемым отраслям. Кроме того, взаимодействие инфраструктурных элементов должно демонстрировать характер сбалансированности. Иначе говоря, инфраструктурные темпы развития должны соответствовать темпам развития производственного комплекса и экономическим процессам в государстве в целом.

На основании вышеизложенного приходим к следующим выводам. Инфраструктура представляет собой систему, включающую в состав себя как материальные объекты (автомобили, дома, дороги), так и отрасли народного хозяйства. Следует также отметить тот факт, что цель региональной инфраструктуры – создавать такие условия, которые не только повышают производственные мощности (экономическая функция), но и создают достойные условия для жизнедеятельности граждан государства (социальная функция). В силу того, что инфраструктура представляет собой сложную систему, можно выделить «общие» принципы развития, обеспечивающие ее эффективность: оперативность, экономичность, адаптивность, функциональная пригодность (по Дж. К. Лафту). На основании работы Н.Ф. Поляковой следует обозначить следующие специфические «региональные инфраструктурные принципы»: доступность, надежность, сопряженность.

1. Акимова Т.А. Теория организации. – М.: Юнити, 2003. 367 с.
2. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. - М.: Мысль, 1983. 350 с.
3. Алексеева М. Б., Балан С. Н. Основы теории систем и системного анализа: Учеб. пособие. -СПб.: СПбГИЭУ, 2002. 88 с.
4. Кириенко О.Э. Особенности формирования и развития инфраструктуры региона / О. Э. Кириенко // Сборник научных работ серии "Государственное управление", 2021. № 21. С. 40-46.
5. Лафта Дж. К. Теория организации. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2003. 416 с.

6. Полякова Н.Ф. Производственная инфраструктура региона: теоретические подходы к изучению. Вестник Костромского государственного университета, 2013. № 19 (6). с. 60-63.
7. Системность и общество / В. Г. Афанасьев, М.: Политиздат, 1980. 368 с.
8. Стаханов В.Н. Экономика инфраструктуры общественного производства: Учебное пособие. -Ростов-на-Дону: РИСХМ, 1989. - 130 с.
9. Cambridge Dictionary. Public Works. [Электронный ресурс] / Доступ: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/public-works> (дата обращения: 05.03.2023).

Нигматзянова Л.Р., Маркина К.В., Каюмова А.А.

Возможности применения автоматизированных информационных систем управления предприятием пищевой продукции

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-206

Аннотация

В данной статье рассмотрены возможности применения автоматизированных информационных систем управления предприятием пищевой продукции. Рассмотрены преимущества от внедрения АИС. Произведен сравнительный анализ программных продуктов и выявление тенденций их развития.

Ключевые слова: система управления, автоматизация, пищевая промышленность, информационные технологии.

Abstract

This article discusses the possibilities of using automated information systems for managing food production enterprises. The advantages of the introduction of AIS are considered. A comparative analysis of software products and identification of trends in their development has been carried out.

Keywords: control system, automation, food industry, information technology.

В современном мире информационные технологии широко используются в различных сферах производства. Процесс информатизации затронул и предприятия пищевой промышленности, которые должны обеспечить продовольственную безопасность.

С каждым годом растет количество компаний пищевой промышленности, использующих автоматизированный обмен данными между собственными и внешними ИТ-системами.

Одним из важнейших элементов использования информационных технологий в управлении бизнесом являются автоматизированные информационные системы (АИС) для управления бизнесом, которые адаптированы к потребностям данной отрасли.

Поскольку происходит постоянное совершенствование управления АИС организаций, необходимо проводить сравнительный анализ программных продуктов, а также выявлять тенденции их дальнейшего развития.

Автоматизация процессов в пищевой промышленности является предпосылкой эффективного и устойчивого управления бизнесом. Это автоматизированные системы управления, которые позволяют осуществлять все процессы, задействованные в производстве, от приема сырья до выхода готовой продукции. Благодаря средствам автоматизации персонал, ранее полностью занятый технологическими процессами, имеет возможность удаленно управлять и контролировать все технико-экономические процессы и показатели в режиме реального времени.

Например, такая возможность, как мониторинг и оперативный контроль производственных показателей, позволяет оператору получать данные в виде графиков и

диаграмм. Сотрудники получают информацию о работе оборудования, на основании чего проверяют его эффективность. Работа ведется не только с реальными данными, но и с хранимыми и архивными данными.

Все это позволяет максимально быстро работать, исправлять оповещения об аварийных ситуациях или простоях, эффективнее управлять производством и достигать наилучших результатов. Автоматизация пищевого цеха, основного и подготовительного производства обеспечивает стерильность, что имеет большое значение для предприятий пищевой промышленности. Автоматизированная система управления полностью обеспечивает информационные потребности оперативного персонала и ведомственного руководства.

Поэтому правильно принятое и грамотное решение является основным фактором для обеспечения эффективного руководства предприятием.

Некоторые российские компании предлагают АИС управления. Например, такая компания, как «Галактика» предоставляет такие возможности, как:

1. Составление планов и бюджетов продаж, производственных программ, графиков поставок и отслеживание их выполнения
2. Бухгалтерский и налоговый учет, а также учет по международным стандартам для западных инвесторов;
3. Оптимизация платежного баланса компании;
4. учет характеристик сырья, корректировка журналов предписаний, формирование производственных отчетов, контроль незавершенного производства;

Автоматизация на предприятиях пищевой промышленности позволяет снизить себестоимость готовой продукции и сроки устранения неполадок технологического оборудования, увеличить производственные мощности, выявить производственные резервы, увеличить объемы производства и расширить ассортимент, повысить рентабельность производства.

Несмотря на эти преимущества, автоматизация возможна только в том случае, если она экономически оправдана, то есть затраты, связанные с автоматизацией, компенсируются экономией от ее внедрения. Кроме того, возникает необходимость автоматизации процессов, нормальное протекание которых не может быть обеспечено при ручном управлении: точные технологические процессы, работа во вредной или взрывоопасной среде.

Еще одним продуктом, заслуживающим внимания, является программа 1С:Предприятие. Отраслевое решение для пищевой промышленности включает в себя следующие возможности, адаптирующие «1С:Предприятие» к потребностям пищевой промышленности:

1. способность поддерживать бесперебойные процессы;
2. возможность перепланировать производство под актуальный заказ;
3. контроль срока годности продукции.

Помимо этого, «1С:Предприятие» предоставляет открытый исходный код, позволяющий специалистам предприятия самостоятельно адаптировать АИС под свои нужды. Также при автоматизации предприятия пищевой промышленности с помощью решений «1С:Предприятие» могут дополнительно использовать набора программных продуктов, которые не адаптированы для пищевой промышленности.

На сегодняшний день АИС управления имеет высокие темпы развития, а спектр возможностей по автоматизации программы постоянно расширяется. Вследствие этого, стоимость их внедрения также подвергается росту, что является барьером для их использования.

Таким образом, можно сделать вывод, что АИС для управления пищевой промышленностью достаточно адаптированы к условиям ведения бизнеса, но основным фактором, сдерживающим внедрение АИС, является их стоимость. Однако после внедрения данной системы компания сможет сэкономить на затратах, что является положительным моментом в реализации главной стратегической задачи, заключающейся в обеспечении продовольственной безопасности государства.

1. Схиртладзе А.Г. Автоматизация технологических процессов и производств [Электронный ресурс] : учебник / А.Г. Схиртладзе, А.В. Федотов, В.Г. Хомченко - 2020
2. Ставцев А. Н., Польшакова Н. В. Состояние и перспективы развития молочного скотоводства Орловской области // Аграрная Россия. 2019. № 2. С. 25–27.
3. Ресурсосберегающие технологии - основа конкурентоспособности современной пищевой и перерабатывающей промышленности / Д.С. Дворецкий, В.Н. Долгунин, О.В. Зюзина, Е.И. Муратова, С.А. Нагорнов, Н.М. Страшнов, Е.В. Хабарова // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. - 2019. - № 3 (47). - С. 282-291.
4. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Проспект, 2019 г.
5. Бондарук, А.М. Автоматизированные системы управления качеством в технологических процессах / А.М. Бондарук, С.С. Гоц. - М.: Уфа: Монография, 2018. - 144 с.
6. Краснов, А.Е. Цифровые системы управления в пищевой промышленности / А.Е. Краснов. - М.: Высшая школа, 2019. - 759 с.

Овчинников К.И., Аббакумов А.А.

Основные показатели и методы оценки эффективности деятельности детейлинг центра

*Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н.П. Огарёва
(Россия, Саранск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-207

Аннотация

В статье проводится анализ основных показателей и методов оценки эффективности деятельности детейлинг центра.

Ключевые слова: детейлинг, эффективность предприятия, показатели эффективности, методы оценки эффективности.

Abstract

The article analyzes the main indicators and methods for evaluating the effectiveness of the detailing center.

Keywords: detailing, enterprise efficiency, performance indicators, methods for evaluating efficiency.

В условиях развития рыночных отношений, когда ресурсное обеспечение каждого субъекта рынка зависит от эффективности хозяйствования, повышение экономической эффективности деятельности становится первостепенной задачей. Основу оценки эффективности любой деятельности составляет критерий с соответствующей ему системой показателей. Критерий выражает цель, выполнение которой намечено в ходе хозяйственного процесса. Мерой эффективности является отношение соответствующего эффекта к затратам, его обусловившим. Многообразие видов хозяйственной деятельности и ее результатов определяет и многообразие содержания эффекта этой деятельности и затрат на ее осуществление. Снижение издержек производства, рациональное использование материальных ресурсов, достижение более высоких экономических показателей, повышение производительности труда и эффективности производства и на этой базе снижение себестоимости наиболее важные и актуальные задачи управления производством. Обеспечение

эффективного функционирования предприятий требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать. С помощью анализа изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Detailing – понятие, объединяющее комплекс услуг по уходу за интерьером и экстерьером автомобиля, использующих огромное количество разнообразных материалов и инструментов. К ним относятся: полировка кузова; нанесение защитного покрытия; удаление царапин и сколов; наложение антигравийной плёнки; аквапринт; покраска и восстановление салонного пластика; защита кожаных и пластиковых элементов интерьера; очистка подкапотного отсека; нано защита дисков; обработка и защита стёкол и т.д.

Работники детейлинг студий берутся за любые работы, связанные с улучшением визуальных/защитных характеристик автомобильной техники, продлевая срок ее службы и изменяя визуальное восприятие в лучшую сторону. На фоне расцвета детейлинга в РФ появились производители автохимии, керамических пленок, всевозможных покрытий, ориентированные на использование в профессиональных салонах. Выросло количество магазинов, где предлагаются товары для обслуживания транспортных средств. Такое положение дел свидетельствует о росте популярности индустрии и наличии у нее значительного потенциала для дальнейшего развития.

В современной рыночной экономике обязательным условием обеспечения конкурентоспособности любого предприятия является оценка эффективности как его отдельных звеньев, так и всей деятельности в целом. Понятие «эффективность» является достаточно ёмким, многогранным, включающим в себя различные показатели.

Так, Питер Друкер в своей работе «Практика менеджмента», определял эффективность как наибольшее выгодное соотношение между совокупными затратами и экономическими результатами [1]. Более глубокую формулировку даёт профессор И.В. Мятиш и предлагает разделять эффективность на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя характеризуется как показатели нормы прибыли, такие как рентабельность капитала и чистая прибыль, а внешняя как сравнение нормы прибыли экономики и нормы прибыли предприятия [2].

Оценка эффективности деятельности предприятия иногда представляется достаточной сложной задачей в силу некоторых возникающих трудностей.

Во-первых, существует большое количество предприятий, которые представляют различные отрасли и сферы экономики. Все они имеют как схожие, так и абсолютно разные показатели, для которых не существует единой методики определения эффективности.

Во-вторых, некоторые показатели невозможно представить количественно, так как их качественная характеристика может быть абстрактной величиной.

В-третьих, влияние различных факторов на деятельность предприятий неоднородно, поэтому всех их очень трудно учесть.

В экономике предприятия эффективность означает результативность производственно-хозяйственной деятельности, соотношение между достигнутыми результатами и затратами живого и овеществленного труда. Уровень эффективности характеризует уровень развития производительных сил и является важнейшим показателем развития экономики. На предприятии затраты имеют форму авансируемого основного и оборотного капитала, а конечные результаты – форму прибыли. Показатель экономической эффективности дает представление о том, какой ценой предприятие получает прибыль. Сопоставление затрат и результатов используется в практике обоснования хозяйственных решений.

При оценке эффективности необходимо различать критерий и показатели. Показатели экономической эффективности дают представление о том, ценой каких затрат ресурсов достигается экономический эффект. То есть с их помощью измеряется уровень эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

В зависимости от объекта и способа оценки методы определения и системы показателей экономической эффективности могут существенно различаться.

Повышение эффективности деятельности оказывает многостороннее, комплексное влияние на экономику предприятия, что обеспечивает его устойчивый экономический рост, доходность и в конечном счете выживаемость в острой конкурентной борьбе в рыночной экономике. В масштабах национальной экономики повышение эффективности производства ведет к более рациональному использованию ресурсов, повышению качества жизни населения, обеспечению безопасности государства.

Для определения принципов и методов оценки эффективности, следует понимать и разницу между понятиями «эффект» и «эффективность».

Эффект характеризуется результатом некой деятельности. Управление с использованием этого критерия, получило в международной практике название «управление по результатам» и направлено на количественный прирост результирующих показателей.

Эффективность же, учитывает не только результат деятельности, но и рассматривает условия, при которых он был достигнут. Эффективность определяется соотношением результата (эффекта) и затрат, обусловивших этот результат. Поэтому эффективность – сравнительная оценка результата деятельности [3].

Существует большое множество различных методов оценки, направленных на решение задач оценки в разных отраслях, хозяйствах и предприятиях, имеющих порой совершенно разные подходы к анализу деятельности. В рамках данной статьи, нас интересует две основные категории методов – традиционные и целеориентированные методы.

Традиционные методы оперируют отдельными значениями исходных данных, но при этом не учитывается вся продолжительность срока жизни проекта [4].

Целеориентированные методы опираются на определение целей органов, обслуживающих систему, и разработки шкалы критериев для оценки того, насколько полно достигнуты поставленные цели.

Кроме того, важно понимать, что в рамках каждого из дисциплинарных подходов можно встретить использование как традиционного, так и целеориентированного подхода к оценке эффективности.

Взаимосвязь существующих подходов к оценке эффективности приведена в таблице 1.

Таблица 1

Подходы к оценке эффективности.

Подход	Традиционный	Целеориентированный
<i>Экономический</i>	<i>Максимизация реализации услуг при минимальных затратах</i>	<i>Достижение экономических целей деятельности</i>
<i>Управленческий</i>	<i>Соотношение управленческих результатов и затрат на их достижение</i>	<i>Достижение управленческих целей деятельности</i>
<i>Маркетинговый</i>	<i>Соотношение маркетинговых результатов и затрат на их достижение</i>	<i>Достижение маркетинговых целей деятельности</i>

Для того, чтобы грамотно отразить темпы динамики эффективности деятельности детейлинг студии, требуется определить основные показатели и методы работы с ними.

Опираясь на задачи разработки автоматизированной анализирующей системы, более удобными и правильными будут считаться традиционные методы оценки, так как системе потребуются работать с точными данными, чтобы предоставлять пользователю достоверные значения динамики того или иного экономического показателя в период времени.

В качестве основных показателей, характеризующих эффективность деятельности детейлинг студии, можно выделить следующие:

- количество постов обслуживания;
- уровень загруженности постов;
- прибыль и рентабельность в расчете на один пост обслуживания;
- уровень технической обеспеченности и качество оборудования;
- уровень подготовки специалистов;

- объём продаж услуг и товаров (если имеются);
- уровень удовлетворённости клиентов качеством обслуживания;
- доля рынка;
- качественные показатели, (наличие комнат ожидания, возможность записи через интернет, наличие сайта, странички в соц. Сетях, карточки предприятия в Яндекс.Картах)

Маржинальная прибыль это один из основных показателей, который используется для оценки эффективности бизнеса. Маржинальная прибыль – это превышение выручки от реализации определенного количества товаров или услуг над всеми переменными затратами, связанными с данным объемом продаж. Маржинальная прибыль рассчитывается по следующей формуле:.

$$П_{\text{мрж}} = В - Р;$$

где $П_{\text{мрж}}$ – маржинальная прибыль;

$В$ – выручка от реализации услуг и товаров;

$Р$ – расходы;

Кроме того, важным показателем является средний темп роста доли маржинального дохода предприятия за определенный период, полученного за счет притока новой клиентуры. Формула расчета этого показателя имеет вид:

$$ТР_{\text{мд}} \% = \frac{МД1}{МД0} * 100\%$$

где $ТР_{\text{мд}} \%$ – темп роста маржинального дохода от привлечения новой клиентуры в процентах;

$МД1$ – маржинальный доход от привлечения новых клиентов отчетного периода в денежных единицах;

$МД0$ – маржинальный доход от привлечения новых клиентов предыдущего периода в денежных единицах;

Эта формула применима как к доходам от реализации услуг, так и от продажи товаров.

В современных реалиях для успешного ведения предпринимательской деятельности, важным показателем является производительность труда работников. Она может рассчитываться и в натуральном, и в стоимостном выражении:

$$ПТ_{\text{нат}} = \frac{N_{\text{авт}}}{ЧР}$$

где $ПТ_{\text{нат}}$ – производительность труда в натуральном выражении;

$N_{\text{авт}}$ – количество обслуженных автомобилей за анализируемый период;

$ЧР$ – численность работников в анализируемый период;

В стоимостном выражении формула имеет вид:

$$ПТ = \frac{В}{ЧР}$$

где $ПТ$ – производительность труда в стоимостном выражении руб./чел.;

$В$ – выручка от реализации услуг студии, руб.;

$ЧР$ – численность работников в анализируемый период;

Так как, в детейлинг студии имеется некоторое число постов обслуживания автомобилей, для анализа деятельности важно вести динамику прибыли и рентабельности в расчете на один пост обслуживания. Формула для расчета прибыли и рентабельности одного поста имеет вид:

$$Пр_{\text{пост}} = \frac{ПР}{N_{\text{пост}}}$$

где $Пр_{\text{пост}}$ – прибыль в расчете на 1 пост обслуживания, руб.;

$ПР$ – общая прибыль от обслуживания автомобилей на всех постах, руб.;

$N_{\text{пост}}$ – количество постов обслуживания.

Вышеописанные показатели в полной мере отражают эффективность работы детейлинг студии, по значениям которых можно анализировать динамику роста и делать выводы о дальнейших решениях, направленных на развитие предприятия.

Выявление показателей оценки эффективности работы детейлинг студии является неотъемлемой частью грамотного ведения управленческих процессов. Их анализ позволит понять, куда и как тратятся деньги, имеет ли это эффект, какие действия стоит принять для решения тех или иных задач. А программная реализация алгоритма оценки показателей эффективности в составе автоматизированной информационной системы позволит дать комплексную оценку эффективности деятельности предприятия как цельного предмета управления.

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию.—М.: Олимп-Бизнес, 2008.— 320 с.
2. Матяш И.В. Проблемы анализа рыночной системной эффективности предприятий // Изв. АГУ.— 2010.— № 2–1(66).—С. 253–262.
3. Бекетов Н.В., Тарасов М.Е. Принципы и методы оценки экономической эффективности функционирования строительных фирм / Н.В. Бекетов, М.Е. Тарасов // Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 8 (113). С. 2-9.
4. Князев А.В. Методы оценки эффективности деятельности предприятия и факторы ее повышения / А.В. Князев // Матрица научного познания. 2021. № 8-2. С. 42-48.

Плис С.А.¹, Анисимова С.Е.¹, Идигова Л.М.^{2,3}

Влияние цифровизации функций менеджмента на экономические показатели производственной деятельности организации

¹*Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина
(Россия, Москва)*

²*Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова*

³*Комплексный научно-исследовательский институт
им. И.А. Ибрагимова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-208

Аннотация

В статье проведено исследование влияния цифровизации функций менеджмента на экономические показатели производственной деятельности организации. Наиболее детально раскрыты понятие цифровизации и цели ее проведения. Рассмотрены факторы и условия для цифровизации производственных процессов. Определены отличительные особенности цифрового менеджмента в сравнении с традиционным. Результаты исследования могут быть использованы в практике менеджмента организации для принятия управленческих решений, ориентированных на внедрение цифровых технологий в различные сферы управленческой деятельности.

Ключевые слова: производство, цифровизация, менеджмент.

Abstract

The article management functions on the economic indicators of the organization's production activities. The concept of digitalization and the goals of its implementation are disclosed in the most detail. Factors and conditions for digitalization of production processes are considered. adaptability and mac are.

Also of particular relevance scalability, big data, dynamic modeling and simulation, as well as cybersecurity. In this section, the author reveals the stages the creation of a digital ecosystem. The authors conclude that it is currently important to introduce smart production programs, which can be

defined as a new production paradigm with traditional management are determined, the influence of digitalization of management functions on the economic indicators of the organization's production activity is shown.

Keywords: production, digitalization, management.

В реалиях сегодняшнего времени нет сомнений, что цифровизация прочно вошла в нашу жизнь и надолго. Практически во всех сферах человеческой жизни и хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм мы наблюдаем ее проявления и уже привыкаем к ним. [1].

Начиная от сайта госуслуг, где можно получить необходимую информацию по запросу от различных ведомств в режиме «единого окна», до различных цифровых платформ, позволяющих расширить продажи товаров, работ, услуг (например, Avito, Ozon и пр.). Более того, применение различных роботизированных комплексов порой позволяет провести оптимизацию расходов. Крупнейшая поисковая система и IT-компания Яндекс насчитывает более 80 различных сервисов, среди которых поисковые, информационные, медийные, рекламные, для бизнеса и др. Отдельные цифровые инструменты Яндекса позволяют привить новые навыки с целью приобретения востребованной профессии [3].

Обращение производства к цифровизации - важный фактор развития экономики. Цифровая трансформация производства является сложным и комплексным вызовом для компаний, поскольку невозможна без фундаментального пересмотра структуры и всех процессов организации.

Следует отметить, что растущее число гаджетов приводит к появлению больших объемов информации, данные, которые человек не в состоянии обработать в короткие сроки. Безусловно, решение объемных задач или рутинных повторяющихся бизнес-процессов за различными цифровыми технологиями. Назрело понимание важности цифровизации производства, однако запуск ее зачастую не приносит желаемого результата. И связано это, прежде всего, с неправильным подходом к решению поставленных задач. Более трети хозяйствующих субъектов воспринимают цифровизацию как проявление автоматизации через оцифровку бизнес-процессов, также нередко имеет место подмена понятий, путаница в терминологии.

На самом деле все цифровые технологии, на первый взгляд, только кажутся похожими, а в сущности они отличаются масштабами изменений на предприятии. Так, например:

- оцифровка представляет собой, своего рода, перевод производственных процессов в цифровой формат;
- цифровизация - последующий этап развития, при котором обработанные данные используются для оптимизации и ускорения хозяйственных процессов, своевременного и достоверного отражения фактов хозяйственной жизни;
- цифровая трансформация - еще более глобальный процесс, при котором решаются комплексные задачи, связанные с применением цифровых технологий, позволяющих выявить возможности для выработки и реализации стратегических решений, направленных на развитие бизнеса и получение выгоды клиентами [5].

На наш взгляд, определение цифровизации несколько расширилось по сравнению с его первоначальным содержанием ввиду лучшего и большего восприятия процессов, связанных с ней. Исходное понятие цифровизации сводилось к переходу от бумажного документооборота в электронный, также через организацию работы с клиентами и сервисом, вследствие чего широкое распространение получило развитие бизнеса в системах хранения и обмена посредством цифровых ресурсов. [4].

Теперь же под цифровизацией следует понимать более сложный и серьезный процесс, существующий в бизнесе, требующий не только программного обеспечения и умных систем контроля, но и тщательной подготовки работы, которая позволит оптимизировать и ускорить

производственные операции. В условиях растущей конкуренции именно цифровизация становится главным рычагом развития бизнеса [1].

В заключение следует сделать вывод о том, что для успешной реализации цифровизации производства необходимо выполнение следующих условий:

- 1) наличие стратегии развития бизнеса. Сотрудник, на которого возложена обязанность по цифровизации бизнеса, должен иметь четкое представление о значении и необходимости проведения трансформации и разработать план по ее реализации. Очевидно, что цифровизация бизнеса занимает много времени и для успешной трансформации хозяйствующего субъекта нужен системный подход к этому вопросу. И после внедрения цифровых технологий, безусловно, компания получит положительный эффект, но необходимо следить за возникающими новыми программными средствами, цифровыми инструментами и вводить их в бизнес-процессы, что позволит быть конкурентоспособным;
- 2) наличие мотивированных сотрудников. Новейшие технологии, лежащие в основе цифровизации бизнеса, главным образом ориентированы на запросы потребителя, что сказывается на удобстве взаимодействия компании с клиентами.

1. Галимова М. П. Готовность российских предприятий к цифровой трансформации: организационные драйверы и барьеры // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2019. № 1. С. 27-37.
2. Идигова Л.М., Бишаев С.А. Стратегические подходы в условиях цифровой трансформации менеджмента в современных компаниях// ФГУ Science, №1, 2020 г.
3. Рамзанов А.М. Современное стратегическое планирование как план действий экономического развития региона// Научно-аналитический журнал Вестник Чеченского государственного университета. 2017. №3. С.99-104.
4. Хадуева Я.А., Хатаева А.М., Чагаева Ф.А. Основы управления социальным обеспечением населения// ФГУ Science, №4, 2020 г.
5. Саидов З.А., Ялмаев Р.А. Влияние цифровых преобразований на экономику и жизнь человека // ФГУ Science, №2, 2021 г., с.63-68

Плис С.А.¹, Анисимова С.Е.¹, Идигова Л.М.^{2,3}

Теоретические и практические аспекты развития городской среды с применением цифровых технологий

¹*Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина
(Россия, Москва)*

²*Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова*

³*Комплексный научно-исследовательский институт
им. И.А. Ибрагимова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-209

Аннотация

В данной статье рассмотрены теоретические и практические аспекты развития городской среды с применением цифровых технологий, что приобретает особую актуальность в процессе возрастания нагрузки на городские службы в условиях увеличения доли городского населения и продолжающегося процесса урбанизации. В процессе исследования использовался сравнительный анализ реализации проекта «Умный город» в разных регионах России, как инструмента повышения конкурентоспособности регионов. С целью уточнения экономических возможностей проекта «Умный город», мы выявили положительные результаты на основе применения методов эмпирического исследования – сравнение и наблюдение отчетов и

докладов, мониторинг СМИ. В статье сделан вывод о том, что в настоящее время важно внедрять программы по облагораживанию и развитию всех городов на территории России.

Ключевые слова: проект «Умный город», цифровизация, развитие городской среды.

Abstract

This article examines the theoretical and practical aspects of the development of the urban environment with the use of digital technologies, which becomes particularly relevant in the process of increasing the burden on urban services in the conditions of increasing the share of the urban population and the ongoing process of urbanization. In the course of the study, a comparative analysis of the implementation of the Smart City project in different regions of Russia was used as a tool to increase the competitiveness of regions. In order to clarify the economic possibilities of the Smart City project, we have identified positive results based on the use of empirical research methods – comparison and observation of reports and reports, media monitoring. The article concludes that it is currently important to implement programs for the gentrification and development of all cities in Russia. It is also important to involve the citizens themselves to participate in the life of the city. All this will contribute to the sustainable and constant growth of the tourist attractiveness of the region.

Keywords: Smart City project, digitalization, urban environment development.

Одним из прогрессивных направлений развития городского пространства на современном является реализация концепции «Умный город», которая находится в центре внимания мирового сообщества, поскольку ориентирована на решение множества проблем, оптимизацию управленческих решений, повышение эффективности организации и деятельности современного городского хозяйства в цифровой среде. [1]. Данный термин сформулировали эксперты и специалисты Международного союза электросвязи (ITU): «Умный город – это инновационный город, который использует информационно-коммуникативные технологии и другие средства совершенствования качества жизни для повышения эффективности городских услуг и конкурентоспособности, обеспечивая при этом потребности, как настоящего, так и будущего поколений в отношении социальных, экономических и культурных аспектов» [3].

Комфортная городская среда является важным фактором развития городского туризма, формируется на основе новейших научных, технологических, градостроительных и архитектурных решений [4].

В современном мире пристальное внимание уделяется развитию системы IT-технологии «Умный город» для формирования комфортной городской среды и повышения уровня и качества жизни населения. Систему IT-технологии «Умный город» реализовывают многие страны: Казахстан, Китай, Киргизия, Узбекистан, Азербайджан, Грузия, Сингапур, Великобритания, США, Канада, Австралия, Испания, Бразилия, Катар, Саудовская Аравия, ОАЭ, Нидерланды, Израиль, Япония.

Цифровые технологии позволяют оперативно получать, обрабатывать, хранить и передавать информацию, что сказывается на социально-экономическом развитии города и обеспечении комфортного уровня жизни населения. С одной стороны сбор и анализ полученных данных позволит эффективнее решать проблемы городов. Например, внедрение цифровых технологий в сфере пассажирских перевозок позволит потребителям планировать маршруты с учетом времени подъезда автобуса к остановке, в сфере образования – обеспечат доступ к образовательным платформам для жителей отдаленных деревень, в быту – быстрый доступ к государственным услугам. Последнее, кстати, оказалось особенно востребованным в условиях пандемии, когда государство выделило денежные средства на детей в условиях пандемии, при этом не было надобности посещать государственные учреждения, а заявления можно было подать в электронном виде. С другой стороны, в условиях обработки и анализа данных возникает вопрос обеспечения информационной безопасности. Среди стран, которые часто подвергаются кибератакам, Россия, США, Великобритания. Только за 2019 г. в России было отражено больше 1,1 млн. атак на государственные и коммерческие организации. В

рамках данного проекта «Умный город», создан интернет-портал с информацией об успехах в реализации «умного» города» и создаются условия для привлечения инвестиций по цифровизации городского хозяйства. С 2019 г. реализуются направления по повышению цифровой грамотности населения, подготовке квалифицированных кадров, а также мероприятия по разработке и внедрению нормативно-правовых актов для реализации мероприятий данного проекта, а также принимаются меры по взаимодействию с международными организациями по вопросам цифровизации городского хозяйства.[2]

На территории России проекты «Умный город» реализуются во многих регионах. Так, реализуется Стратегия Москва «Умный город – 2030», в рамках которой планируется создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности, повышение качества и уровня жизни населения, развитие государственно-частного партнерства, централизованное управление городом. В 2018 г. в сфере образования была создана Единая электронная образовательная среда, то к 2030 г. ожидается создание сервисов для непрерывного обучения компетенций и индивидуального обучения.

В сфере культуры в 2018 г. создавалась общегородская сеть Wi-Fi, которая распространяется на общественный транспорт и парки/улицы, то к 2030 г. планируются виртуальные путешествия.

В сфере транспортных услуг в 2018 г. создавались мобильные приложения, внедрялась транспортная карта «Тройка», создана интеллектуальная транспортная система, информирующая водителей о погодных условиях и движении на дорогах, то к 2030 г. планируется внедрение электромобилей и беспилотного транспорта.

Для цифровизации города будут использоваться сквозные технологии, такие как искусственный интеллект, интернет вещей, технологии связи 5G, большие данные, блокчейн, технологии виртуальной реальности, 3D-моделирование, нейроинтерфейсы.

На Юге России первым «умным» городом стал Таганрог, где внедрены такие системы как «Умное видеонаблюдение», «Безопасный город», «Умное освещение», «Умный домофон». Благодаря применению цифровых технологий городу удастся экономить до 60% электроэнергии, обеспечить общественную безопасность – анализ чрезвычайных ситуаций, вызов спасательных служб.[5] На цифровизацию городской среды также оказывает влияние политическая ситуация в регионах, привлечение инвестиций, развитие инновационных технологий [4].

Заключение. На основе анализа отечественного опыта реализации проекта «Умный город», мы можем с уверенностью констатировать, что одним из успешных российских городов в цифровизации городской среды остается Москва. Регионы находятся либо на стадии планирования, либо прошли только первый этап цифровизации городского хозяйства. Однако, еще одним регионом, который может составить конкуренцию Москве является Республика Татарстан, где проект «Умный город» реализуется в трех городах - Иннополис, Альметьевск, Елабуга.

Таким образом, можно сделать вывод, что за последние 7 лет Москва стала не только комфортной и функциональной за счет создания соответствующих городских пространств, но и привлекательной для туристов. Программы по благоустройству умело интегрируют в жизнь города удобную систему навигации как на русском, так и на иностранном языке. Это позволяет иностранным туристам чувствовать себя комфортно и повышает их вовлеченность в познание городов нашей страны и российского менталитета.

1. Идигова Л.М., Бишаев С.А. Стратегические подходы в условиях цифровой трансформации менеджмента в современных компаниях// ФГУ Science, №1, 2020 г.

2. Рамзанов А.М. Современное стратегическое планирование как план действий экономического развития региона// Научно-аналитический журнал Вестник Чеченского государственного университета. 2017. №3. С.99-104.
3. Хадужева Я.А., Хатаева А.М., Чагаева Ф.А. Основы управления социальным обеспечением населения// ФГУ Scince, №4, 2020 г.
4. Саидов З.А., Ялмаев Р.А. Влияние цифровых преобразований на экономику и жизнь человека // ФГУ Scince, №2, 2021 г., с.63-68

Попова С.В., Лашманов Д.Д.

Особенности финансирования предприятий малого и среднего бизнеса

*ВУНЦ ВВС ВВА им. проф. Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-210

Аннотация

Предпринимательство является неотъемлемым элементом воспроизводственного процесса. Его динамика зависит от множества факторов, главным из которых является возможность привлечения финансовых ресурсов малыми и средними предприятиями для ведения хозяйственной деятельности. В статье проводится анализ современных проблем кредитования и государственной поддержки малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, предпринимательство, финансирование, инвестиции, кредиты, государственная поддержка.

Abstract

Entrepreneurship is an integral part of the process. Its dynamics depends on many factors, the main of which is the possibility of attracting financial resources by small and medium-sized enterprises to conduct business. The article analyzes modern problems of lending and state support for small and medium-sized businesses.

Keywords: small and medium-sized businesses, entrepreneurship, financing, investments, loans, government support.

Предпринимательство в современном мире, является одним из основных двигателей экономики. Эта деятельность играет важную роль в функционировании экономических субъектов любого государства, напрямую воздействуя на его развитие. Однако, само понятие «предпринимательство», довольно обобщенное и для упрощения его анализа разделено на три группы: малый, средний и крупный бизнес, имеющие свои специфические условия развития, как хозяйственной деятельности, так и на уровне получения государственной поддержки и льгот. В своей статье мы коснемся проблем развития малого и среднего бизнеса, а в частности особенностей их кредитования и финансирования.

Все три вышеперечисленные группы обладают отличительными чертами. Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, характеризуемая следующими параметрами: небольшими размерами объемов производства и рынка (в том числе клиентской базы), при этом количество работников не превышает 100 человек, а годовой доход – не составляет более двух миллионов рублей. Малый бизнес обладает высокой способностью к адаптации, но имеет низкое кредитное доверие в финансовой сфере. Примером такой деятельности может служить любой «безымянный» павильон в шаговой доступности – обувная мастерская, ателье, продуктовый минимаркет.

Средним бизнесом принято считать коммерческие предприятия, численность рабочей силы которых варьируется от 100 до 500 человек. Примером такой предпринимательской деятельности в жизни, будет являться сеть магазинов, распространение которых ограничивается одним регионом. Годовой доход предприятий среднего бизнеса колеблется от 800 миллионов до 2 миллиардов рублей. Более низкая адаптационная способность к изменениям рынка по сравнению с малым предпринимательством и низкое кредитное доверие.

Рассматривая малый и средний бизнес (МСБ) как подгруппы предпринимательства можно сказать, что они отличаются, но все же более близки между собой, чем с «крупным бизнесом», особенно в решении проблемы низкого кредитного доверия. Несмотря на то, что МСБ занимает важное место в современной экономике, в процессе его организации и функционирования, существует серьезная, зачастую непреодолимая проблема, связанная с недостаточным финансированием молодых предприятий [1]. В связи с чем, в первые полгода деятельности остаются дееспособными около 10 процентов предприятий.

Для открытия любого предприятия, мало уникальной идеи, свежего взгляда, высокого уровня мотивации к работе и прочих несомненно важных параметров успеха в данном деле, необходим начальный капитал, так называемый запас денег позволяющий реализовать поставленные цели «легальными» путями. В качестве его источника могут служить:

- заработная плата наемного работника, что довольно проблематично, зависит от уровня оплаты труда и должности, и затратно по времени;
- неожиданное наследство или материальная помощь от родственников, что является делом случая и не дает гарантии получения;
- кредитные средства банка, что требует соблюдения особых условий.

Последний случай мы рассмотрим подробнее. Какие же трудности могут возникнуть с получением кредита у перспективного предприятия? В первую очередь, при выдаче займа, банк обращает внимание на возможность возврата кредита с учетом всех принципов кредитования заемщиком. Соответственно, субъект МСБ, делающий займ в банке, должен отвечать некоторым критериям, обеспечивающим определенный уровень доверия, а именно, предоставить ряд данных: коэффициент финансового рычага, объем дебиторской и кредиторской задолженности, баланс и отчет о прибылях и убытках, подробный отчет о планируемых действиях.

Однако не все в состоянии предоставить эти данные, ведь в большинстве случаев малым бизнесом занимаются люди, не имеющие возможности на профессиональном уровне решить эти вопросы, поэтому требуются дополнительные средства для получения консультаций специалистов в вопросах составления документации и кредитования, что порождает трудности в получении необходимой суммы денег для осуществления деятельности.

Решение данной проблемы возможно при вмешательстве государства, путем разработки различных льготных программ для данной формы предпринимательства [2]. К примеру, в рамках поддержки малого и среднего предпринимательства, объем субсидий, выделенных из федерального бюджета, в 2019 году составил 34,3 миллиарда рублей, в 2021 году сократился в 2,8 раза, составил 12,4 миллиарда рублей.

Программой льготного кредитования МСБ в 2022 году было предусмотрено, что российские компании и предприниматели имели возможность воспользоваться программой льготного кредитования «на зарплату», с целью поддержание численности работников. Банками было выделено 6,2 миллиарда рублей, со ставкой по кредиту в размерах 3 процентов. Область применения этих льгот включала компании, работающие в сфере услуг (гостиничный и ресторанный бизнес).

Субъектам МСБ предоставлялось право на кредитные каникулы (с 1 марта до 30 сентября 2022 года), что давало возможность заемщику на этот период снизить размер ежемесячного платежа, оформить реструктуризацию долга или взять отсрочку по кредиту на срок до 6 месяцев [3].

Центральным банком и Корпорацией МСП разработали программу льготного кредитования субъектов МСП, предполагающую инвестиционную, антикризисную и оборотную программы. В рамках инвестиционной программы до 30 декабря 2022 года предусматривались кредиты по льготной ставке 13,5 процента для среднего бизнеса и 15 процентов – для малого бизнеса. Объем кредитования составил от 3 миллионов рублей до 2 миллиардов рублей. Антикризисная программа реализовалась на основе предоставления кредитов и рефинансирования на оборотные и инвестиционные цели по ставке до 8,5 процента. Оборотная программа была рассчитана на получение кредитов под 13,5 процента для среднего

бизнеса, до 15 процентов для остальных предприятий. Такие меры поддержки оказались недостаточными для привлечения новых участников МСБ [4].

Наибольшую сложность по результатам опроса субъектов МСБ Аналитическим центром при Правительстве РФ, по мнению 58 процентов опрошенных представляет получение государственного заказа и 52,8 процента считают затрудненный доступ к финансированию. В качестве барьеров деятельности рассматриваются нехватка квалифицированных кадров, несовершенство инструментов налоговой политики (налоговые льготы) и отсутствие финансовой помощи [5, с. 30].

На сегодняшний день почти 68 процентов граждан, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), не желали бы вкладывать средства в развитие собственного бизнеса. Если в 2008 году доля желающих открыть свой бизнес составляла 32 процента, то к 2017 году она уменьшилась в 1,5 раза [6]. По статистике, в 2020 году количество предприятий МСП на тысячу человек составляло 52 единицы, что на 10 предприятий больше, чем в 2012 году. Однако, степень доверия предпринимателей к государственным инструментам поддержки не увеличилась, даже на основе разработки Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года [7].

Низкий уровень развития МСБ отражается на объемах созданного валового внутреннего продукта (ВВП) РФ, и составляет порядка 22,3 процента, несмотря на государственную поддержку. Если анализировать мировые показатели, то доля предприятий МСБ в ВВП КНР около 60 процентов, в Германии этот показатель составляет 57 процентов, в США – 50 процентов, в Великобритании – 47 процентов [8].

Учитывая международный опыт многие страны ОЭСР в качестве базовых инструментов государственной финансовой поддержки МСБ используют субсидии, займы, налоговые льготы, гранты на исследования и разработки, гарантии. Среди лидеров в оказании государственной финансовой поддержки инновационной деятельности субъектов МСБ находятся Канада и Южная Корея, оказавшие государственную поддержку почти 70 процентам предприятий МСБ. В России только около 31 процента МСП получили государственную поддержку в 2021 году. В условиях пандемии финансирование МСБ ухудшилось.

Такие показатели развития малого бизнеса в РФ не создают основы динамичного роста экономической системы. Кроме того, требованием настоящего времени является тенденция поддержания развития так называемых «зеленых инвестиций», которые также касаются предприятий МСБ, что требует еще больших объемов финансирования. Таким образом, современное состояние сектора МСБ в России характеризуется неустойчивой динамикой, что порождает диспропорции в развитии экономики регионов и увеличение доли теневой экономики.

1. Седова, Н.В., Назаренко, А.А. Развитие малого и среднего предпринимательства как фактор обеспечения экономической безопасности Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2019. Т. 15. № 8 (377). С. 1424-1439.
2. Губанова, В.В. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса на примере подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2015. № 20. С. 36-42.
3. Курочкин, Н.С. Проблемы финансирования малого и среднего предпринимательства в России // Вопросы науки и образования. 2018. № 9 (21). С. 25-29.
4. Замяткин, Д.А., Петрова, Е.О. Государственно-частное партнерство как инструмент развития малого и среднего предпринимательства // Академическая публицистика. 2019. № 6. С. 110-112.
5. Аналитический отчет «О взаимодействии элементов инновационной инфраструктуры» // Аналитический центр при Правительстве РФ. 2014. 45 с.
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс] – URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 04.04.2023).

7. Трофимова, Т.В., Ломовцева, А.В. Совершенствование государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в условиях цифровой экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 224-228.
8. Шулаева, О.В. Государственная поддержка финансирования инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства: зарубежный и российский опыт // Проблемы современной экономики. 2016. № 35. С. 85-89.

Сабанин К.В.

**Разработка и оценка эффективности принятия управленческих решений
при формировании бизнес-моделей деятельности организации**

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-211

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы оценки эффективности управленческих решений, определяющих условия разработки бизнес-моделей деятельности организации.

Ключевые слова: управленческие решения, оценка решений, эффективность управленческих решений, методы оценки управленческих решений, алгоритм разработки.

Abstract

The article deals with the issues of evaluating the effectiveness of management decisions that determine the conditions for developing business models of the organization's activities.

Keywords: managerial decisions, evaluation of decisions, efficiency of managerial decisions, methods of evaluation of managerial decisions, development algorithm.

Алгоритм принятия управленческих решений – набор правил, описывающих последовательность осуществления и выбора действий, связанных с принятием управленческих решений для достижения поставленных целей.

Для замены реального процесса принятия управленческих решений более упрощенным представлением разрабатываются и используются различные модели. Существует ряд причин, по которым необходимо использовать модель принятия управленческих решений:

- сложность бизнес-процессов на предприятии, которые требуют упрощения с помощью моделирования;
- модель позволяет проводить мысленный эксперимент без его реализации в условиях реальной действительности, так как экспериментирование может быть дорогостоящим, занимать много времени и нести высокий риск негативных последствий;
- с помощью модели можно наблюдать явление, которое еще не существует и, возможно, не произойдет.

Алгоритм принятия управленческих решений состоит из набора последовательных и взаимосвязанных этапов, это означает, что реализация каждого этапа зависит от результатов предыдущих этапов. Эти этапы разделены на три основных блока, каждый из которых состоит из группы этапов, связанных с реализацией одного основного этапа принятия управленческих решений [1].

Первый блок – определение проблемы. Этот блок включает в себя набор этапов, связанных с выявлением и диагностикой проблемы и определением целей, которые должны быть достигнуты в результате реализации решения, которое будет принято в отношении этой проблемы.

Второй блок – выбор наиболее оптимального управленческого решения. Этот блок содержит набор этапов, связанных с разработкой, выбором и принятием наилучшего управленческого решения проблемы.

Третий блок – реализация выбранного решения и оценка результатов, включает этапы, связанные с реализацией принятого управленческого решения и оценкой его результатов.

Оценка эффективности управленческих решений считается последним этапом процесса принятия управленческих решений, на котором оцениваются результаты реализации принятого решения и его влияние на деятельность организации, а также степень достижения целей, поставленных на первых этапах процесса принятия решений.

Под эффективностью управленческого решения понимается отношение положительного результата (степени достижения поставленных целей) от принятия управленческого решения к совокупности временных, финансовых и иных ресурсов, затраченных на принятие и реализацию управленческого решения [2].

В экономической литературе различают разные виды эффективности управленческих решений:

- Экономическая эффективность управленческого решения – это соотношение экономической выгоды, полученного в результате реализации управленческого решения, и затрат на его подготовку и реализацию;
- Организационная эффективность управленческого решения – то обстоятельство, при котором достигается организационные цели за счет небольшого числа персонала или с меньшими временными затратами. Организационные цели реализуют такие человеческие потребности, как: безопасность и жизнь организации, координировании, контроле, устойчивости;
- Социальная эффективность рассматривается как соответствие различных видов деятельности организации интересам местного сообщества. Социальные цели реализуют потребности человека в информации, знаниях, творческом труде, самовыражении, общении, отдыхе;
- Технологическая эффективность управленческих решений – это достижение определенных результатов в развитии используемого оборудования и технологий (в том числе соответствие отраслевому, национальному или мировому технологическому уровню производства).

Оценка эффективности управленческих решений в целом производится на основе набора количественных и качественных показателей, норм и стандартов эффективности деятельности предприятия и его продукции. К таким показателям, нормам относятся следующие:

- эффективность деятельности предприятия в целом;
- достижения целей предприятия;
- степени удовлетворения потребностей и интересов персонала;
- качество выполнения задач;
- эффективность деятельности предприятия на конкретном рынке;
- эффективность управленческой, обслуживающей и производственной деятельности;
- использования материальных и интеллектуальных ресурсов;
- рентабельность предприятия;
- паблик-релейшнз предприятия.

Экономическая эффективность управленческих решений оценивается несколькими методами [3].

- Оценка эффективности управленческого решения по экономии затрат на его разработку и внедрение. Основными параметрами в этом случае служат нормативы (временные, ресурсные, финансовые и др.), предварительно разработанные в организации, и определяющие затраты ресурсов для подготовки и реализации управленческого решения.

- Оценка эффективности управленческого решения по конечным результатам. Метод основан на расчете эффективности производства в целом и выделения из нее фиксированной части (коэффициент, учитывающий долю эффективности, приходящуюся на управленческое решение). Показатель характеризует стимулирование персонала (как материальное, так и нематериальное), улучшение условий труда.
- Косвенное сопоставление различных вариантов управленческого решения. Метод основан на сравнении экономических показателей конечной продукции, полученных от реализации разных управленческих решений при одинаковом характере производства продукции. Данный метод позволяет использовать рыночную стоимость произведенной продукции и затраты на ее производство.
- Оценка эффективности управленческого решения по результатам изменения экономических показателей

Таким образом, после завершения оценки эффективности принятого управленческого решения, и в том случае, если результаты оценки показали, что управленческое решение является эффективным, подводятся итоги и формируется комплекс направлений решения проблемы, которым можно воспользоваться в случае, если предприятие столкнется с аналогичными проблемами.

1. Тебекин, А.В. Методы принятия управленческих решений : учебник для академического бакалавриата / А. В. Тебекин. - М. : Издательство Юрайт, 2018.
2. Трофимов, В.В. Методы принятия управленческих решений / В.В. Трофимов, Л.А. Трофимова. - М.: Юрайт, 2017.
3. Постников, В.М. Методы принятия решений в системах организационного управления. Учебное пособие / В.М. Постников, В.М. Черненький. – М.: Мир, 2020.

Самакаева М.Д., Ковалева И. Н.

Современные проблемы развития электронной промышленности в экономике России

Московский международный университет

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-212

Аннотация

В статье рассматриваются современные проблемы электронной промышленности в Российской Федерации, в рамках импортозамещения. Развитие данных направлений в нашей стране должно стать основой экономического, информационного благополучия, обороноспособности страны, важной частью технологического и информационного суверенитета. Отсутствие развитой компонентной базы в микроэлектронике, специалистов данной отрасли грозит России снижением конкурентоспособности российской промышленности и ее дальнейшей деградации.

Ключевые слова: стратегии, электронная промышленность, микроэлектроника, поддержка государства, кластер, комплекс, отрасль, инвестиции, инфраструктура, инновации, кадры, планирование, научно-технический потенциал, цифровая экономика, конкурентоспособность компаний России, импортозамещение, санкции.

Abstract

The article discusses the current problems of the electronic industry in the Russian Federation, within the framework of import substitution. The development of these areas in our country should become the basis of economic, information well-being, the country's defense capability, an important part of technological and information sovereignty. The lack of a developed component base in

microelectronics, specialists in this industry threatens Russia with a decrease in the competitiveness of Russian industry and its further degradation.

Keywords: strategies, electronic industry, microelectronics, state support, cluster, complex, industry, investment, infrastructure, innovation, personnel, planning, scientific and technical potential, digital economy, competitiveness of Russian companies, import substitution, sanctions.

Электронная промышленность - это отрасль промышленности, связанная с производством электронных компонентов, устройств и систем. Она включает в себя производство полупроводниковых приборов, микросхем, транзисторов, диодов, интегральных схем, печатных плат, электронных компонентов и устройств, а также различных видов оборудования для электронной промышленности. Эта отрасль имеет большое значение для современной экономики и технологического прогресса, так как электроника используется во многих областях жизни: от бытовой техники и электроники потребления до автомобильной, авиационной, медицинской и научной техники.

Эта отрасль является одной из ключевых для обеспечения государственного суверенитета нашей страны, должна развиваться независимо от изменения глобальных тенденций и проблем [3].

В «Стратегии развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года» представлены ключевые проблемы и перспективы ее развития [2]. В настоящее время она испытывает следующие проблемы:

- отставание технологий на 10-15 лет от мирового уровня;
- высокая зависимость процессов проектирования и выпуска продукции от зарубежных технологий;
- сложности с освоением технологических процессов ниже 180 нм;
- дефицит производственных мощностей;
- нехватка персонала;
- невозможность обеспечить рынок необходимой электроникой;
- низкая инвестиционная привлекательность;
- высокая стоимость производства компонентов в России;
- недобросовестная конкуренция со стороны зарубежных поставщиков электроники [1].

Важными для развития данной отрасли России можно назвать следующие.

В 2021 г. Зеленоградский нанотехнологический центр начал два проекта по разработке литографического оборудования с уровнем топологии до 350 нм и до 130 нм с перспективой его последующей модернизации до топологического уровня 65 нм. В конце 2026 г. планируется запуск серийного производства полностью отечественных фотолитографических установок. В рамках масштабного плана по развитию отечественной электронной промышленности в Зеленограде строят и планируют сдать в 2024 г. фабрику, которая сможет начать выпуск процессоров по 28-н.м техпроцессу.

Наиболее крупное из действующих на сегодня российских производств -АО «Микрон» - может производить чипы по морально устаревшим 90 и 65 нм техпроцессам. И это при том, что в том же Китае уже освоили 14 нм и сейчас ведут работу по массовому выпуску чипов на базе 7 и 5 нм техпроцессам. Насколько можно понять, в этих условиях спектр задач, которые смогут выполнять отечественные чипы, будет достаточно узким:

- силовые компоненты для электромобилей, которые делаются не на кремнии, а на основе карбида кремния или нитрида галлия;
- радиочастотные силовые схемы для базовых станций 5G на основе нитрида галлия;
- компьютерные системы невысокой вычислительной мощности, тонкие клиенты, кассовые аппараты и т.п.

В то же время для производства электроники с более низкими требованиями к проектным нормам требуются гораздо меньшие начальные инвестиции, а доля электронных

компонентов с достижимыми для российской промышленности в ближайшей перспективе проектными нормами достаточна высока - почти половина мирового рынка. В России на технологическом уровне 130 нм и более разрабатывается около 65 % общего объема выпускаемой продукции.

Созданный отечественной электронной промышленностью научно технологический задел, в том числе по направлениям нано- и микроэлектроники, СВЧ-электроники, радиационно-стойких компонентов, оптоэлектроники и фотоники в основном соответствует предъявляемым требованиям и ориентирован на оборонно-промышленный и атомный энергопромышленный комплексы, а также ракетно- космическую промышленность.

Имеется значительный потенциал роста и в гражданской электронике, прежде всего в части СВЧ-приборов. На технологическом уровне 130 нм и более разрабатывается порядка 65 процентов общего объема выпускаемой продукции.

Динамика общей численности работников отрасли характеризуется стабильным ростом на 6,6 % за 10 лет, наблюдается рост доли научного персонала. Уровень оплаты труда сотрудников отрасли с 2008 по 2018 г. вырос в 2.9 раза.

Несмотря на все технические сложности, важнейшим препятствием достижения современного уровня электронных технологий остаётся дефицит кадров. Количество выпускаемых из вузов специалистов в десятки раз меньше потребностей рынка. Если не решить данные вопросы, то в течение 3-5 лет этот разрыв увеличится по меньшей мере в пять или десять раз [1]. Данные проблемы могут быть решены за счет формирования грамотной образовательной стратегии государства в финансировании инновационных проектов и подготовки специалистов.

Электронно-промышленный комплекс РФ имеет высокий инвестиционный потенциал, который связан с рядом факторов:

1. Большой внутренний рынок. Россия является крупнейшим рынком электроники в СНГ и одним из крупнейших в мире. По данным Аналитического центра при Правительстве РФ, объем российского рынка электроники в 2020 году составил 2,3 трлн рублей.
2. Высокий уровень научно-технического потенциала. Россия имеет мощную научно-техническую базу, которая позволяет создавать современные технологии и разрабатывать новые продукты.
3. Наличие квалифицированной рабочей силы. В России есть большое количество высококвалифицированных специалистов в области электроники и микроэлектроники.
4. Поддержка государства. Российское правительство активно поддерживает развитие электронно-промышленного комплекса, предоставляя налоговые льготы и субсидии для инновационных проектов.
5. Развитие цифровой экономики. В России активно развивается цифровая экономика, что создает дополнительный спрос на электронные продукты и услуги.

В 2020 году правительство РФ выделило 10,5 млрд рублей на поддержку электронно-промышленного комплекса. Эти средства направлены на развитие научно-технического потенциала, модернизацию производственных мощностей, поддержку инновационных проектов и обучение кадров. Кроме того, в России действует ряд налоговых льгот для предприятий электронной промышленности, что способствует их развитию и привлечению инвестиций. В целом, государственная поддержка является важным фактором для развития электронно-промышленного комплекса в РФ.

Инвестиции в электронную промышленность по кластерам могут быть очень эффективными. Кластеры компаний, занимающихся производством электроники, могут предоставлять множество преимуществ, таких как:

- Обмен знаниями и опытом между компаниями в кластере, что может ускорить инновации и развитие новых технологий.

- Совместное использование общих ресурсов, таких как научно-исследовательские центры, технические лаборатории, оборудование и т.д.
- Улучшение логистики и сокращение времени доставки компонентов и материалов между компаниями в кластере.
- Создание благоприятной инфраструктуры для развития бизнеса, такой как доступ к финансированию, поддержка со стороны государства и т.д.
- Увеличение конкурентоспособности компаний в кластере за счет совместных усилий и ресурсов.

Кроме того, инвестирование в кластеры электронной промышленности может иметь положительный эффект на экономику региона и страны в целом. Развитие кластеров может привести к созданию новых рабочих мест, повышению доходов населения и увеличению налоговых поступлений в бюджет.

Развитие электронно-промышленного комплекса РФ имеет большой потенциал для инвесторов, которые могут вложить свои средства в создание новых технологий, производство современных электронных компонентов и устройств, а также в развитие инфраструктуры этой отрасли.

Особенно это становится перспективным и актуальным в условиях санкционной экономики по отношению к России развитых стран, проблем импортозамещения, всевозможных военных угроз безопасности нашей страны.

1. Яковлев О.В., Смолина О.В. Современные перспективы развития электроники в Российской Федерации / О.В. Яковлев, О.В. Смолина // Электронный журнал Cyberleninka.ru [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-perspektivy-razvitiya-elektroniki-v-rossiyskoy-federatsii/viewer> (дата обращения: 30.02.2023).
2. Стратегия развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 января 2020 г. N 20-р // Информационно-правовая система Консультант. [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_343384/75df01f2e4254b84c93f3104b11d1d2dbd1f586c/(дата обращения: 30.02.2023).
3. Леденцов Н. Перспективы развития электронной промышленности в России. Взгляд издалека / Н. Леденцов // Электронный журнал «Электроника: наука, технология, бизнес» Вып. 1. 2018г. [Электронный ресурс] URL: <https://www.electronics.ru/journal/article/847> (дата обращения: 30.02.2023).

Семёнов Н.Ю.

Элементы субкультур в брендинге и маркетинговых коммуникациях

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-213

Аннотация

Стремительные изменения в поведении потребителей создают необходимость корректировки маркетинговых стратегий. Развитие мировоззрения “индивидуализма” приводит к появлению всё больших социальных групп, отличающихся между собой рядом характеристик, включая физиологические, внешние, духовные и психологические. Явные идентифицирующие свойства подобных групп используются современными брендами, выражающими эти черты в фирменном стиле, выпускаемой продукции и коммуникационных сообщениях. Целью работы стало исследование влияния элементов субкультур в брендинге. Методы исследования – анализ вторичных данных из открытых источников. Результатом работы стали рекомендации по применению элементов субкультур в брендинге и маркетинговых коммуникациях. Определены наиболее эффективные и современные инструменты персонализации продукта и коммуникационного сообщения.

Ключевые слова: субкультуры, субкультурная стилизация, элементы, персонализация, индивидуальность, брендинг, коммуникационное сообщение, бренд.

Abstract

Rapid changes in consumer behavior create the need to adjust marketing strategies. The development of the worldview of “individualism” leads to the emergence of increasingly large social groups that differ in several characteristics, including physiological, external, spiritual, and psychological. Explicit identifying properties of such groups are used by modern brands that express these features in corporate identity, products, and communication messages. The aim of the work was to study the influence of elements of subcultures in branding. Research methods – analysis of secondary data from open sources. The result of the work were recommendations on the use of elements of subcultures in branding and marketing communications. The most effective and modern tools of personalization of the product and communication message are identified.

Keywords: subcultures, subculture stylization, elements, personalization, individuality, branding, communication message, brand.

Совершенствование рынка товаров и услуг выводит в экономическую систему всё больше новых брендов. Темп развития прямо пропорционален сменяющимся поколениям потребителей и уже существующим компаниям, чьей задачей является своевременная реакция и способность адаптации к современным изменениям, а также модернизация рыночной деятельности. Начиная с 1995 года, поколение “Z” полностью изменило традиционный подход к маркетингу, внедряя собственный характер культуре потребления и взаимодействия с брендами. Процесс пользования товарами и услугами охватывает подавляющее большинство сфер общественной деятельности, а вариативность в выборе продуктов начинает определяться соответствием системе символов, философии и прочих идентифицирующих элементов, значимых для определённой социальной группы или же субкультуры. Большое количество потребителей, отличающихся друг от друга рядом характеристик, привело к возникновению “персонализированного маркетинга”, способного удовлетворить потребности отдельных сегментов. Согласно опросу компании Salesforce, разработавшей одноименную CRM-систему, персонализация – один из ключевых аспектов в успехе бизнеса. Взаимодействия с клиентом являются первостепенной необходимостью: исследование Statista показало, что 90% участников опроса испытывают негативные или раздражительные эмоции от получения неперсонализированного сообщения.

Статистика демонстрирует, что 65% покупателей совершают заказы согласно товарным рекомендациям, при этом прибыль растёт в среднем на 46%. Проведённые исследования дополняет цитирование Наджи Бартли, эксперта E-Mail разработки BBVisions Multimedia СТО: “Персонализация – не только про обращение к человеку вроде «Эй, Джо, привет». Это ведь ещё и про «Эй, привет, Джо, фанат научной фантастики, которому нравятся эти синие кроссовки с жёлтыми звёздами на них, и которому не нравится Рождество». Рассматривая процесс персонализации маркетинговых активностей, сложно проигнорировать упоминаемые феномены “субкультура” и “индивидуализм”, ввиду оказания ими колоссального влияния на сегментацию аудитории и создание коммуникационной стратегии бренда.

Впервые понятие “субкультура” использовал американский социолог Дэвид Рисмен в 1950 году, обозначив его, как часть культуры общества, отличающейся поведением от преобладающего большинства. В объяснение такого понятия приводились группы людей, намеренно выбирающие ценности, стиль, поведение, отличные от общепринятых. Главными аспектами в изучении субкультур стали – идеологические, психологические и мировоззренческие. Большее количество субкультурных направлений возникало в кругах молодёжи и подростков, ввиду возрастных особенностей, склонных к проявлению собственного “Я” и самовыражению. Несмотря на более широкий диапазон возрастных категорий в изучении субкультур, молодёжь является основной аудиторией, ввиду процесса первичной и вторичной социализации, выпадающего на период юности и последующего взросления. В период этого времени происходит обретение человеком определённых привычек, знаний, мировоззренческих установок, паттернов поведения и других важных характеристик, на которые ориентируются маркетологи при позиционировании бренда. Исследуя взаимосвязь

между брендингом и субкультурами, не так важно выделять их виды и классификации, например:

1. Музыкальные (Хиппи, металлисты, готы, хип-хоп, эмо и т.д.);
2. Арт субкультуры (Граффити-артисты, боди-арт, фрики и т.д.);
3. Урбанистические (Руферы, диггеры, сталкеры и т.д.).

Отсутствие необходимости вызвано анализом “психологических” факторов, поскольку несмотря на огромное количество субкультур и различий между ними, наблюдается общая характеристика – самовыражение.

Проведённые в последние годы исследования рынков показали заинтересованность предприятий и компаний в формировании устойчивого сбыта продукции или услуг для субкультур. Такая тенденция вызвана приданием субкультурами особого значения характеристикам бренда: стиль, дизайн, tone of voice, философия, основное коммуникационное сообщение, соответствие определённой культуре и т.д. Более того, большой успех в работе с субкультурами отметили исследователи Holistic SEO Strategies, поскольку в процессе деятельности открывается возможность организации персонализированных адресных коммуникаций, позволяя повысить эффективность комплекса маркетинга. Как пример – представители субкультуры “Эмо”. Развитие рынков на взаимодействие с её участниками сформировало устойчивый сегмент в потреблении одежды, аксессуаров, музыки. Зачастую наблюдаются переплетения субкультур в процессе пользования товарами или услугами, так, например, активный представитель “спортивной” субкультуры может смотреть аниме, в процессе занятия спортом слушать хип-хоп, играть тяжёлый “металл” на гитаре, а в свободное время заниматься граффити. Подобная ситуация позволяет обращаться к одному и тому же потребителю относительно разным производителям, и брендам.

Как следствие, история большинства брендов может проходить “сезонными” концептуальными активностями, взаимодействия с меняющимися субкультурами. Например, российский бренд одежды, обуви и аксессуаров Bat Norton, в 2015 году ориентировался на представителей “тёмных” субкультур (эмо, готы, металлисты и т.д.), вводя в матрицу товаров “dark” эстетику, удлинённые силуэты и мантии, ассоциируя бренд с чем-то магическим и таинственным. Сейчас, в 2022 году, компания сосредоточилась на продвижении “восточной” концепции, охватывая культуру таких стран, как: Китай, Япония, Вьетнам и т.д. В то же время существуют и поклонники одного философского течения. Одним из таких является Российский бренд “Спутник 1985” сочетающий в себе символы прошлого и будущего. Одежда использует советские символы и антураж 90-х годов, а своей аудиторией называет представителей андеграунда: скейтеры, рейверы и хипстеры. Процесс придания своему товару “субкультурных” элементов присутствует и в других товарных категориях. Бренд Siordia Parfums выпустил эксклюзивную линейку парфюмов по всемирно известной игре “Ведьмак”, чем вызвал бурный ажиотаж среди геймеров и любителей косплеев. Датская компания Lego ежегодно разрабатывает серии наборов по различным вселенным и направлениям: Harry Potter, Marvel, Architecture, Lego Art и т.д.

Обеспечить успешную работу с субкультурами можно с помощью простого суммирования нескольких действий: выбор субкультуры; изучение психологических и поведенческих характеристик данной субкультуры; выявление потребности; анализ симпатии и антипатии представителей субкультур; создание персонализированной маркетинговой стратегии для субкультурного сегмента; вывод на рынок стилизованного продукта или услуги.

Разрабатывая маркетинговую стратегию для определённой субкультуры, большинство брендов использует уже рассмотренное понятие “индивидуализированного или персонализированного маркетинга” – деятельность, основанная на детальном сегментировании рынка, направленная на удовлетворение потребностей узкого круга людей или даже конкретного человека. Само философское течение “индивидуализма” тесно связано с субкультурами, ведь оно подчёркивает первостепенное значение личности и собственную независимость. Индивидуализм является полной противоположностью коллективизма, что проводит прямые аналогии с сегментами и общим количеством потребителей. Современный

покупатель стремится найти “свой” список брендов, ввиду наличия разного способа взаимодействия и комплексного опыта общения с тем или иным брендом. Индивидуальный маркетинг повышает процент целевых контактов и сохраняет ресурсы бренда, поскольку упор стратегий выстраивается на группах, которым предложение будет интересно. В настоящее время происходит переориентация маркетинга на сегменты, становятся предпочтительнее индивидуальные заказы и т.д. Основная задача индивидуализированного маркетинга – обособление выбираемого сегмента от других.

Субкультурные аспекты должны учитываться:

1. В процессе разработки товаров или услуг (непосредственные попытки внедрения “субкультурных” мейдстопперов, отличающих атрибутов и других идентифицирующих характеристик);
2. Во время создания функциональных характеристик товара (например, при создании смартфона для геймеров, внедряется эксклюзивное программное обеспечение и софт, уникальная система охлаждения от чрезмерного нагрева телефона, боковые кнопки-триггеры для расширения возможностей управления, наличие авторских тем с игровыми маскотами и т.д.);
3. В процессе разработки условий, стимулирующих покупку товара или услуги (сервис, собственный язык общения и лексикология, интерьер, музыка, аромамаркетинг и т.д.);
4. При разработке инструментария маркетинговых коммуникаций (персонализированный промоушен-микс, с учётом потребностей и ожиданий аудитории, степени их информированности и вовлечённости).

Таким образом, появляется явная необходимость в продолжении изучения нынешних субкультур и свойственных им особенностей, ввиду образования всё более новых сегментов. Возможность кастомизации маркетинговой стратегии, наличие инструментария для изучения психографики потребителей в сочетании со способностью специалистов к обучению современных нейросетей, позволят развить персонализированный рынок товаров и услуг как в digital, так и в офлайн пространствах.

1. Васильева, О. А. Лидеры мнений как эффективный канал формирования потребительских предпочтений у поколения Z / О. А. Васильева // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 75-2. – С. 154-157
2. Кыштымова И.М., Чжен А.А. // Психосемантика молодёжной субкультуры и её взаимосвязь оценкой рекламных образов // КиберЛенинка, 2013 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihosemantika-molodezhnoy-subkultury-i-ee-vzaimosvyaz-s-otsenкой-reklamnyh-obrazov>
3. В.П. Зинченко // Человек развивающийся: очерки российской психологии // 1994 – 304 с.
4. Синяева И.М., Маслова В.М. // Маркетинг PR и рекламы, 2011
5. А. Добрусин // Почему будущее за персонализированным маркетингом // RB.ru – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/personalized-marketing/>
6. Е. Лиханова // Субкультуры и нишевые сообщества. Что учесть в маркетинговой стратегии для поколения TikTok // RB.ru – Режим доступа: <https://rb.ru/story/all-about-subcultures/>
7. ТУСУР // Маркетинг, основанный на изучении значащих символов и их использование в продвижении продуктов – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3658845/page/18/>
8. Л. Назари // 2021-й станет годом персонализированного маркетинга. Habr.com – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/alconost/blog/528408/>

Смородина Е.А.

**Анализ проведения первоначальных размещений акций компаний
на региональном и страновом уровнях**

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-214

Научный руководитель: Матерова Е.С.

Аннотация

В статье исследуется активность проведения первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира в 2019-2022 гг. Для этого были поставлены и решены следующие

задачи: анализ мировых и региональных биржевых центров концентрации IPO-активности и причин лидерства бирж различных стран и регионов в разные периоды времени. Также был собран и проанализирован статистический и фактологический материал из ежегодных отчетов компании PricewaterhouseCoopers «IPO Watch Europe» за 2019-2022 гг.

Ключевые слова: первичное размещение акций, фондовая биржа, активность по проведению размещений ценных бумаг.

Abstract

The article examines the activity of the initial placement of shares on the largest stock exchanges in the world in 2019-2022. For this purpose, the following tasks were set and solved: analysis of global and regional exchange centers of concentration of IPO activity and the reasons for the leadership of exchanges in different countries and regions in different time periods. Statistical and factual material from the annual reports of PricewaterhouseCoopers "IPO Watch Europe" for 2019-2022 was also collected and analyzed.

Keywords: Initial public offering of shares, stock exchange, activity on the placement of securities.

Акции всех стран и регионов испытали трудности в 2022 году, так как рынкам приходилось справляться с высокой инфляцией, ужесточением мировой денежно-кредитной политики, карантинами в Китае, специальной военной операции в Украине и энергетическим кризисом в Европе - все это привело к опасениям глобальной рецессии в мире.

Несмотря на кратковременное ралли во второй половине года, основные мировые индексы зафиксировали потери за 2022 год, в том числе S&P 500 (снижение на 19%), Stoxx 600 (снижение на 13%) и Shanghai Index (снижение на 15%). Единственным исключением стал индекс FTSE 100, ориентированный на энергоносители и сырьевые товары, который закрылся ростом на 1% за год. С точки зрения глобального сектора, только индекс энергетического сектора показал положительные результаты в 2022 году, увеличившись на 41% за год.

Волатильность оставалась высокой в течение года, что привело к остановке деятельности по выпуску акций, включая IPO, за пределами Китая.

На рисунке 1 можно увидеть динамику выручки от IPO по регионам (млрд. долл.).

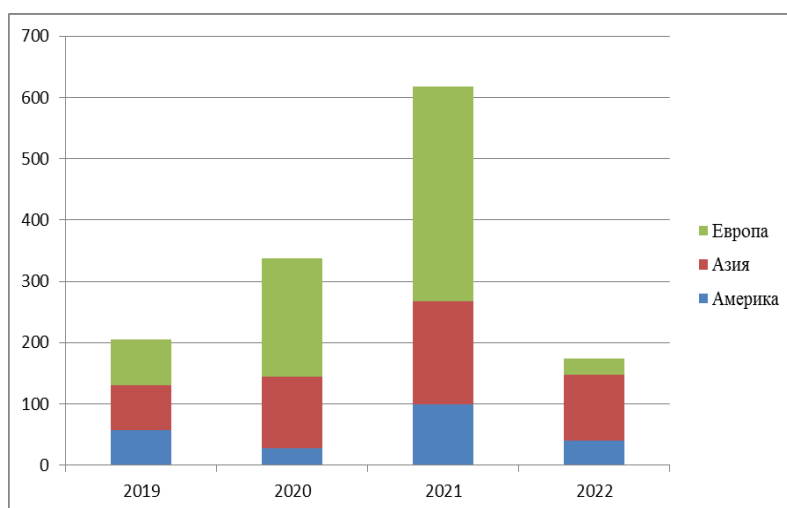


Рисунок 1. Динамика выручки от IPO по регионам (млрд. долл.).

В 2022 году выручка от глобальных IPO снизилась более чем на 70% по сравнению с 2021 годом. Во многом это было вызвано значительным падением активности IPO в США, при этом выручка от IPO упала более чем на 90% по сравнению с прошлым годом, а рынки IPO в Европе и Великобритании оставались в основном закрытыми. Исключением является знаковое IPO производителя автомобилей класса люкс в Германии – Porsche, на долю которого приходится около двух третей выручки от IPO в Европе в 2022 году.

В 2022 году наблюдался рост выпуска акций на местном рынке IPO, при этом Китай занял 1-е место, на долю которого приходится 39% мирового объема IPO, а Ближний Восток остается ярким пятном для EMEA, поскольку регион реализует свою стратегию приватизации. Несмотря на сложную ситуацию на рынке, значительная активность в Китае была обусловлена STAR Market и ChiNext, биржами, ориентированными на привлечение отечественных научно-технических компаний, а также волной листингов на внутреннем рынке китайских мегакомпаний, ранее котирувавшихся на зарубежных биржах, таких как компания мобильной связи и энергетическая компания, которые исключили из списка США и искали первичные листинги на Шанхайской фондовой бирже.

Повышенная волатильность (среднее значение VIX 26 за год против среднего значения 20 в 2021 году) и снижение индексов показали четкую корреляцию со снижением IPO и выпуска ценных бумаг.

Теперь рассмотрим детально IPO по странам за 2022 год, обратимся к Рисунку 2.



Рисунок 2. IPO по странам за 2022 год.

Доля Китая в 2022 году составила 39% (68 млрд. долларов) от общемировой выручки, обогнав США и впервые с 2010 года заняв первое место по объему выручки от IPO.

На долю США пришлось всего 13% (24 млрд. долларов) глобальных поступлений от IPO по сравнению с 53% (323 млрд. долларов) в 2021 году. Выручка от IPO в США была самой низкой с 2008 года, а количество IPO было самым низким с 2016 года.

В 2022 году на Ближнем Востоке произошел бум IPO, при этом ОАЭ и Саудовская Аравия заняли 3-е и 6-е места соответственно по объему выручки от IPO в мире.

Южная Корея и Германия закрепили свои позиции в пятерке крупнейших стран благодаря крупным IPO, в том числе мирового производителя аккумуляторных батарей - LG Energy Solution (Южная Корея - 11 млрд. долларов) и слияния производителя автомобилей класса люкс - Porsche (Германия - 9 млрд. долларов). Заглядывая в будущее до 2023 года и далее, мы ожидаем продолжения IPO в секторах, связанных с повесткой дня перехода к энергетике, и большего количества корпоративных отделений / выделений, поскольку корпорации стремятся реализовать ценность и переориентироваться на стратегическое развитие своего бизнеса.

Рынок IPO в США был практически закрыт в 2022 году из-за более высокой волатильности и падения мультипликаторов оценки, особенно в быстрорастущем высокотехнологичном секторе. Эти факторы сделали цену менее привлекательной для потенциальных компаний.

В 2022 году в США было проведено всего 93 традиционных IPO, из которых только 19 привлекли более 100 миллионов долларов. Они были проведены в секторах фармацевтики, естественных наук, технологий и финансовых услуг. За исключением одного выброса с очень

высокой доходностью, традиционная доходность IPO в 2022 году практически не изменилась. Однако перспективы роста помогли увеличить доходность IPO, превзойдя потери S&P в 19%.

Рынок IPO в Европе и Великобритании оставался в основном закрытым в течение года, за исключением IPO Porsche в Германии, на долю которого в 2022 году придется около двух третей от общего объема европейских поступлений от IPO. Однако, поскольку традиционный рынок IPO был недоступен, компании искали другие пути выхода на рынок, включая разделение, выделение и разделение. Некоторые из заметных сделок, завершившихся в прошлом году, включали объединение бизнеса онлайн-платформы для ставок на спорт стоимостью 4,3 млрд. долларов и ее листинг на Euronext Amsterdam (крупнейшая в истории сделка в Европе). Объединение бизнеса цифровой развлекательной и медиа-платформы стоимостью 1,2 млрд. долларов компанией Европейская финтех-компания, и ее листинг на Euronext в Амстердаме, а также объединение бизнеса потоковой платформы стоимостью 1,2 млрд. фунтов стерлингов и ее листинг на Euronext в Париже.

За пределами материкового Китая на другие территории Азиатско-Тихоокеанского региона пришлось 23% мировых поступлений от IPO, в том числе; Южная Корея (13,4 млрд. долл.), САР Гонконг (8,5 млрд. долл.), Индия (7,8 млрд. долл.) и Таиланд (3,4 млрд. долл.). Регион оказался в некоторой степени устойчивым к геополитическим и макроэкономическим событиям.

Биржи Китая лидируют в рейтинге активности глобальных IPO в 2022 году, на их долю приходится 39% мировой выручки от IPO. Сделки включали крупные IPO отечественных компаний новой экономики и листинг китайских мегакомпаний на внутреннем рынке, ранее котирувавшихся на зарубежных биржах. Активность рынка стимулировалась воздействием крупных структурных инициатив, ориентированных на рынок, по реформированию системы утверждения листинга и нормативно-правовой базы. Мы ожидаем, что рост и значение рынка капитала Китая продолжатся по мере возобновления темпов экономического роста, поскольку возобновление деловой активности и снятие пограничных ограничений будут стимулировать внутреннее потребление и новые инвестиции в растущие отрасли в 2023 году.

1. Разумова, Е. С. Организация IPO на российском фондовом рынке / Е. С. Разумова // Перспективы развития фундаментальных наук : Сборник научных трудов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Томск, 23–26 апреля 2019 года. – Томск: Национальный исследовательский.
2. Сайт PWC [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.pwc.co.uk/risk/insights/ipo-watch-europe.html>.
3. Сайт Preqvera [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.preqvera.ru/ipo_monthly/.
4. Нечепуренко А. А. IPO как форма интеграции компаний в мировое экономическое сообщество // Пространство экономики. 2008. №4-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ipo-kak-forma-integratsii-kompaniy-v-mirovoe-ekonomicheskoe-soobschestvo>.

Троерина О.Б.

Государственный сектор в банковской системе: оценка и роль его участия

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-215

Научный руководитель: Матерова Е.С.

Аннотация

В статье исследуется значимость влияния государственного сектора на банковскую систему. Факторы, которые необходимо учитывать для оптимизации процесса банковской системы, благодаря государственному сектору. Рассмотрены основные направления государственной денежно-кредитной политики, а также подходы государства к банковской системе, их преимущества и недостатки. Особое внимание уделено оценке и роли участия государственного сектора в банковской деятельности. Обозначены направления государственной политики на 2023 год.

Ключевые слова: государственный сектор, банковская система, банк, государство, роль государства, деятельность.

Abstract

The article examines the significance of the influence of the public sector on the banking system. Factors to be taken into account to optimize the process of the banking system, thanks to the public sector. The main directions of the state monetary policy, as well as the approaches of the state to the banking system, their advantages and disadvantages are considered. Particular attention is paid to the assessment and role of public sector participation in banking activities. The directions of state policy for 2023 are outlined.

Keywords: public sector, banking system, bank, state, role of the state, activity.

Государственное регулирование в банковской системе направлено на поддержание, создание наилучших условий по реализации кредитных организаций. Во-первых, основная роль государства – это надзор за правильным исполнением нужных обязанностей банками в интересах стабильности экономики страны. Полномочия, которыми обладают государственные органы, заключаются в правовом регулировании, государственной регистрации кредитных организаций, установлении для кредитных организаций обязательных нормативов и правил проведения банковских операций. Формы воздействия на банковский сектор следующие: регистрация и лицензирование деятельности кредитных организаций; – осуществление денежно – кредитного регулирования путём установления определённых нормативов; – осуществление контроля и надзора за деятельностью банковского сектора. Банк России, Правительство РФ и Министерство финансов РФ совместно разрабатывают и проводят денежно-кредитную политику, которая осуществляется в рамках финансовой деятельности. Денежно – кредитное регулирование представляет собой совокупность мер, осуществляемых уполномоченными органами в целях улучшения таких показателей как уровень денежной массы в обращении, объём выдаваемых кредитов, уровень процентных ставок и иных важных факторов, оказывающих значительное влияние на состояние денежного рынка.

Доктор экономических наук А. В. Верников выделяет некоторые группы банков. К первой группе относятся банки, где главным (больше 50% акций) или единственным (100% акций) акционером является орган исполнительной власти. Ко второй группе – банки, действие которых контролируется государственным капиталом, но не органами государственной власти. В отдельную группу выделяются банки, в которых государство и его органы могут не владеть контрольным пакетом акций, но оказывать важное влияние на деятельность банка при помощи механизмов корпоративного управления. Обе группы относятся к «банкам, контролируемым государством». А также существуют банки «с государственным участием». Из этого можно сделать вывод, что все банки, прямо или косвенно принадлежат государству и государственному капиталу, то есть, так или иначе, связаны с государством.

Государство влияет на банковскую систему через формирование законодательной и нормативно-правовой базы, а также путем осуществления контроля за исполнением законодательства и нормативных требований. Главными задачами являются: обеспечение экономического роста, регулирование уровня инфляции, а также корректировка платёжного баланса. В отношении банковской системы государство:

- Не может предоставлять какие-либо льготы отдельным кредитным организациям или их клиентам, если иное не предусмотрено законом;
- Способствует развитию законодательной базы системы регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций.

- Неукоснительно соблюдает установленные законом принципы антимонопольного регулирования и развития конкуренции на финансовых рынках; обеспечивает разработку законодательных норм.
- Правоприменительная практика, препятствующая использованию банковского сектора для незаконных операций и сомнительных сделок.

Ежемесячно банки представляют отчеты, связанные с расчетом обязательных нормативов, а также их значениями. Данные составляются в специальной форме, которая называется «сведения о действующих стандартах». Таким образом, государственное регулирование банковской сферы представляет собой сложный комплекс мероприятий, успешное решение которых путем всестороннего анализа условий и факторов, определяющих направления его совершенствования, способствует эффективному функционированию данной сферы.

По данным ЦБ РФ по итогам I квартала 2020 года на десять крупнейших банков из 388 действующих приходится около 72 трлн рублей активов, что составляет почти 76% от общей доли банковского сектора. Рассмотрим, каково значение государственной собственности в крупнейших банках. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1

Значение государственной собственности в крупнейших банках.

<i>Название Банка</i>	<i>Значение</i>
<i>ПАО «Сбербанк»</i>	<i>50% и одна акция принадлежит Минфину. Доля «Сбербанка» в активах сектора более 30% (около 30 трлн руб.). На Московской бирже (МОЕХ) представлены не только обыкновенные (SBER) и привилегированные (SBERP) акции, но также облигации, депозитарные расписки и иные инструменты.</i>
<i>Банк «ВТБ»</i>	<i>Второй по величине банк страны с активами около 15,5% от общего объема. Государство контролирует 32,88% банка через Минфин, а ещё 47,22% через АСВ. Росимущество принадлежит 12,13% акций. Таким образом в госсобственности находится 92,23% банка.</i>
<i>Газпромбанк</i>	<i>Занимает третье место по доле в активах банковской отрасли. На него приходится более 7% от их величины – порядка 6,9 трлн руб. ПАО «Газпром» контролирует напрямую и через дочерние структуры порядка 90% акций банка.</i>
<i>АО «Россельхозбанк»</i>	<i>Занимает шестое место по величине активов (на пятом находится частный АО «Альфа-банк»). На него приходится около 3,7%. Государство контролирует банк через Росимущество, которому принадлежит 100% акций.</i>
<i>ПАО Банк «ФК Открытие»</i>	<i>Практически на 100% принадлежит ЦБ РФ. Доля этого банка в активах отрасли составляет около 2,7%, что ставит его на восьмое место по стране (седьмое место занимает частный ПАО «Московский кредитный банк»).</i>
<i>ПАО «Промсвязьбанк»</i>	<i>На данный банк приходится более 2,1% активов сектора (девятое место). Государству через Росимущество принадлежит 100% акций банка.</i>

Таким образом получается, доля государства играет существенную роль в ведущих банках страны.

В 2022 году российская экономика вступила в фазу структурной перестройки из-за введения беспрецедентных внешних торговых и финансовых ограничений. Задача

государства — создать условия, чтобы перестройка экономики прошла максимально эффективно, и ограничить спад экономической активности, не создавая рисков для макроэкономической стабильности.

Прогнозные сценарии Банка России отражают экстраординарные изменения в 2022 году внутренних и внешних условий для российской экономики, а также варианты их дальнейшей эволюции. Со стороны внутренних условий первостепенное значение имеет то, насколько успешно и быстро граждане и компании будут адаптироваться к новым реалиям.

1. Князева, А. П. Государственное регулирование банковской деятельности / А. П. Князева, С. А. Рузметов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 35 (377). — С. 92-94. — URL: <https://moluch.ru/archive/377/83682/> (дата обращения: 22.02.2023).
2. Петрова, Г. В. Международное финансовое право : учебник для вузов / Г. В. Петрова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11476-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510489> (дата обращения: 22.02.2023).
3. Современная банковская система Российской Федерации: учебник для вузов / Д. Г. Алексеева [и др.]; ответственные редакторы Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9371-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513702> (дата обращения: 22.02.2023).

Узбеков Ф.И.

Мотивация и стимулирование труда работников на предприятии

*Институт экономики, финансов и бизнеса БашГУ
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-216

Научный руководитель: Галина А.Э.

Аннотация

В данной статье будет рассмотрена взаимосвязь между операционной эффективностью и мотивацией персонала. Насколько эффективно и рационально используется рабочая сила компании, и посредством мотивации труда, а также рациональности будут использованы трудовые ресурсы компании.

Ключевые слова: мотивация труда, работники предприятия, стимулирование труда, эффективность производства, вовлеченность, лояльность персонала.

Abstract

The paper addresses the issue of relationship between operational efficiency and staff motivation. It considers how efficiently and rationally the company's workforce is used and how labour motivation and rational approach will influence the company's labour resource.

Keywords: labour motivation, company employees, labour stimulation, operational performance, staff engagement, staff loyalty.

Введение

Деятельность любого современного экономического субъекта в конечном результате обязательно должна предусматривать получение максимальной выгоды, высокий уровень конкурентоспособности среди фирм-конкурентов, изготовление качественных и пользующихся спросом среди потребителей товаров или услуг. Помимо этого, хозяйствующий субъект должен постоянно развивать свою деятельность и расширять ее поле. Однако достичь всего этого можно лишь при условии высокой эффективности труда кадровых ресурсов предприятия, которые по-прежнему остаются ключевым фактором производства даже несмотря на развитие научно-технического процесса.

Известно, что приоритетной задачей повышения эффективности деятельности предприятий и повышения материального благосостояния каждого работника выступает систематический рост производительности труда. В то же время эффективность в широком смысле этого слова характеризует общую эффективность человеческой деятельности и отражает взаимосвязь результативности и объема затраченных на ее достижение ресурсов. Кроме того, немаловажное значение для достижения целей и роста объема прибыли предприятия играет система мотивации персонала на предприятии. Совершенно очевидно, что создание эффективной системы мотивации персонала повысит производительность труда и улучшит финансово-экономическое состояние предприятия. Проблему мотивации персонала ученые относят к одной из центральных в управлении персоналом [3].

В настоящее время актуальность этой темы постоянно растет в связи с тем, что основным капиталом бизнеса становится персонал. В условиях нарастания последствий пандемии важно поощрять работников не только быть вовлеченным в деятельность компании, но и получать удовольствие от работы. Ведь чем эффективнее работает персонал, тем более качественные услуги предоставляются, растет качество производства и вся цепь от руководства бизнеса до потребителя будет эффективной [6].

Таким образом, актуальность научной проблемы обусловлена необходимостью усовершенствования системы мотивации работников, повышения производительности и прибыли персонала. Сегодня в России сохраняется проблема недостаточности внимания к роли человеческого фактора, в частности, системы профессионального развития кадров, которые не ориентированы на обеспечение высоких и качественных результатов. Также не проводится анализ эффективности и содержания учебных программ и курсов, отсутствуют национальный и часто корпоративные стандарты по развитию персонала. Вышеупомянутое обуславливает необходимость поиска новых путей усовершенствования механизма профессионального развития персонала при внедрении и функционировании систем качества деятельности предприятия и его мотивации к работе.

Материалы и методы исследования

Важнейшим ресурсом любой организации считается ее персонал, часто называемый человеческим капиталом. Основными составляющими, обеспечивающими его формирование, являются здоровье, уровень образования, знаний, благосостояние, уровень жизни населения. Развитие и реализация человеческого капитала невозможны без мотивации труда. Ее преимущества выходят за пределы простого удовлетворения потребностей сотрудников в работе и повышения их морального духа. Мотивированный персонал работает более эффективно и эффективно для достижения целей и получения вознаграждения и признания, к которым они стремятся. Повышение качества работы и производительности сокращает затраты организации, а постоянная поддержка мотивации и удовлетворенности сотрудников своей работой снижает текучесть кадров. Кроме того, мотивированные сотрудники, считающие, что их работа имеет значение, чувствуют себя более комфортно, проявляют творческий подход и предлагают новые идеи для развития организации. Все это значительно улучшает работу предприятия.

К сожалению, важность мотивации труда не понимается и не практикуется многими организациями. В результате работники увольняются и ищут лучшие места для работы. Именно поэтому вопрос мотивации труда требует углубленного изучения и анализа, что невозможно сделать без понимания основных категорий, раскрывающих ее сущность.

Для понимания понятия «мотивация труда» необходимо выяснить сущность раскрывающих ее категорий. К ним относятся мотивы, интересы, стимулы и стимулирование.

С точки зрения работника, интерес к труду есть желание удовлетворять жизненные потребности путем выполнения определенной работы. Интересы к труду бывают разными, поскольку они исходят из внутренних потребностей человека, социального, психологического состояния, воспитания и т.д. К примеру, некоторым людям нужна работа стабильная и постоянная, а другим, напротив, нужна работа рискованная, где можно проявлять свои

способности. Соответственно интерес у человека вызывает та работа, которая больше всего сможет удовлетворить его потребности. Интерес к труду порождает мотивы и стимулы.

Мотив появляется у человека, осознающего свои потребности. В общем, в экономической литературе потребность интерпретируется как желание работника, нацеленное на получение каких-то определенных благ [1].

Под мотивом понимается «то, что побуждает деятельность человека, ради чего он происходит» [2]. Однако при этом мотив нельзя считать всяким побуждением индивида, а лишь осознанное, указывающее на наличие у него желания реализации запланированного действия. Если говорить о мотивах работников к выполнению определенной работы, то они в большей степени нацелены на выполнение определенных задач. К примеру, работник имеет энтузиазм к работе в сфере ИТ, так как он удовлетворяет его главные потребности: материальные, психологические, социальные и т.д. Вместе с тем мотивом выполнения определенной работы является желание владеть определенными материальными или нематериальными благами, поэтому по мотивации работник может выполнять сложные задачи, с которыми не справляются другие, самостоятельно осуществлять обучение, организовывать работу команды для того, чтобы она работала более эффективно. Мотив к труду может быть не только внешним (т.е. предложенным компанией, работодателем, коллективом посредством предоставления определенных благ), но и внутренним, когда человек имеет внутренние убеждения, чувство долга, ответственности, благородства или страха.

Побуждение работника к тем или иным действиям может быть вызвано не только мотивом, но и стимулом. При этом мотив и стимул являются понятиями, похожими между собой. Однако между ними есть важное отличие: мотив включает внешнюю и внутреннюю мотивацию, а стимул – только внешнюю.

Сущность термина «стимулирование» труда раскрывается с точки зрения управления персоналом. Оно заключается в использовании стимулов и мотивов, которые принесут пользу как работнику, так и организации. Можно сказать, что это эффективный способ повышения трудовой деятельности работников, в котором задействованы все приемы увеличения производительности. Они включают удовлетворение первоочередных интересов работников путем материального и нематериального стимулирования, а также привлекают комплекс мотивационных и стимулирующих мер, повышающих эффективность работы для достижения определенных целей.

Следовательно, определение вышеупомянутых категорий позволяет лучше понять сущность такого сложного и многопланового явления, как мотивация труда. Поэтому можно с уверенностью сказать, что мотивация труда представляет собой процесс стимулирования к осуществлению той или иной деятельности с целью достижения поставленных компанией целей.

Допандемическая ситуация в России способствовала использованию безличного стимулирования. Здесь и так называемый социальный пакет и другие инструменты. К примеру, свидетельства о достигнутых результатах и почетных наградах, обучении, гибком графике рабочего времени. Преимущество безличной мотивации заключается в том, что ее инструменты дешевле или могут быть совершенно бесплатными, при этом ощутимо повышается вовлеченность персонала. Однако, несистематическое или неправильное использование такого рода мотивации может привести к результату, обратному ожидаемой отдаче, а в отдельных случаях, может и нанести значительный ущерб компании. Следовательно, методы безличной мотивации нуждаются в индивидуальном подходе.

Необходимо отметить, что, хотя работники предпочитают именно материальное вознаграждение - сочувствие, забота и внимание к психическому здоровью персонала в условиях неопределенности является достаточно важным элементом внимания работодателя к работнику.

Таким образом, система стимулирования труда тесно связана с результатами труда работника, а также отражает степень ответственности каждого за полученные результаты. В то же время, мотивация работников должна учитываться при разработке стратегии развития

предприятия. Эффективная система оплаты труда является гарантом стабильности деятельности, снижает текучесть кадров, обеспечивает высокую производительность, способствует привлечению высококвалифицированных и опытных работников и, тем самым, обеспечивает экономический успех предприятия в перспективе.

В нынешних реалиях удовлетворение различных потребностей сотрудников компаний осуществляется через широкое разнообразие методов мотивации эффективности труда, которые условно можно поделить на 3 отдельные группы:

1. Экономические (прямые) – сдельная оплата труда, повременная оплата труда, начисление премий за рационализацию, участие в доходах, оплата курсов повышения квалификации и обучения, доплаты за максимальное использование трудового времени.
2. Экономические (косвенные) – льготное питание, дополнительные начисления денежных средств за выслугу лет, льготное использование жилья, транспортных средств и пр.;
3. Неденежные – обогащение труда, гибкий график труда, программы увеличения качества выполняемой работы, продвижение по карьерной лестнице, участие в процессе принятия решений на уровне высшего руководящего звена компании.

Бесспорно, руководители экономических субъектов должны в комплексе использовать различные способы мотивации и стимулирования кадров предприятия для достижения максимального результата, не закликаясь при этом только на финансовой составляющей.

Немалую значимость представляет наличие в компании социального пакета, а также возможности карьерного роста. Перечисленные стимулы в экономическом субъекте могут быть реализованы за счет создания эффективной системы мотивации, которая с А. Колот называется механизмом стимулирования желаемого поведения кадровых ресурсов [6].

Система мотивации кадровых ресурсов в экономическом субъекте должна состоять из нескольких этапов:

Этап 1 – создание и внедрение эффективной методики материального и нравственного стимулирования. Непосредственно в зависимости от имеющихся у компании возможностей следует рассчитывать размер надбавок и премиальных выплат персоналу. Это необходимо для того, чтобы показать кадрам интерес управляющего компанией и поддержать их стремление к качественному выполнению поставленных перед ними задач. К числу эффективных факторов мотивации на данном этапе можно отнести следующее:

- воспитание личности, формирование у сотрудников чувства самоуважения;
- построение эффективной системы лидерства;
- реализация принципов коллективного труда;
- проявление доверия и делегирование определенного ряда полномочий;
- оценка качества труда кадровых ресурсов предприятия со стороны его руководителей.

Наиболее тщательное внимание в процессе построения системы мотивирования следует уделять в основном только тому ряду процессов, которые оказывают воздействие на конкурентоспособность изготавливаемой экономическим субъектом продукции.

Этап 2 – повышение эффективности системы мотивации кадров, что в свою очередь позволит повысить конкурентоспособность экономического субъекта.

Этап 3 - построение единой системы мотивации, базирующейся на заранее выработанной философии качества и предусматривающей более глубокие изменения в понимании качества труда.

Существует определенный ряд требований, предъявляемый к системе мотивации кадров хозяйствующего субъекта, а именно:

1. объективность: размер оплаты труда персонала должен устанавливаться на основе оценки результатов его работы;
2. предсказуемость: сотрудник обязательно должен понимать и знать, какое вознаграждение последует за достижение тех или иных результатов;
3. адекватность: размер вознаграждения должен быть пропорционален трудовому вкладу каждого отдельно взятого сотрудника компании в общий результат деятельности ее деятельности;
4. своевременность: выплата вознаграждения должно осуществляться сразу по достижению работником определенного результата;
5. значимость: вознаграждение должно быть для работника значимым;
6. справедливость: правила установления вознаграждения обязаны быть понятны каждому сотруднику экономического субъекта и быть справедливыми, в частности с его позиций [7].

Как показывает практика, не соблюдение игнорирование этих требований становится причиной нестабильной ситуации в коллективе и приводит к де мотивации работников, как следствие этого это негативно влияет на производительность труда и эффективность функционирования предприятия в целом. Эффективность системы мотивации на сегодняшний день предполагает наличие не только материальных факторов, таких как высокий заработок, но и нематериальных, связанных с надежностью места работы, с достижением собственных целей, желанием проявить инициативу и ответственность. Это связано с тем, что часто мотивационные механизмы учитывают только материальную составляющую, оставляя без внимания нематериальную. Поэтому возникает проблема формирования такого мотивационного механизма, учитывающего как материальную мотивацию, так и выявление, и реализацию нематериальных интересов работников.

Сегодня возрастает значение нематериальных факторов мотивации, влияющих на производительность труда, эффективность производства, конкурентоспособность. Успешное достижение предприятиями стратегических целей во многом зависит от способности их персонала к продуктивному, качественному и творческому труду, генерированию и реализации новых идей, приобретению новых знаний и навыков, что в совокупности дает положительный результат. и гарантированный успех. Для обеспечения надлежащей реализации нематериальной мотивации необходим системный подход.

Процесс нематериальной мотивации кадровых ресурсов должен согласовываться с установленными целями экономического субъекта, позволяющими обосновывать определенный ряд мотивационных задач. С целью повышения нематериальной мотивации кадровых ресурсов внутри экономического субъекта могут быть включены следующие элементы:

- подарки;
- социальные льготы;
- бесплатное обучение и повышение уровня профессиональной квалификации;
- открытость и последовательный диалог между руководством и персоналом;
- улучшение организации труда (расширение должностных функций, обогащение труда и др.).

Такие формы мотивации требуют относительно небольших затрат финансовых ресурсов на одного работника,

Прогрессивные технологии мотивации труда в РФ поступают из менеджмента западных стран. Менеджеры западных стран уверены, что именно работники являются фундаментом для развития любой организации, поэтому их потенциал нужно постоянно развивать. Сделать это невозможно без использования эффективных методов мотивации труда. Они используют разные модели мотивации персонала, учитывающие национальную специфику той или иной страны.

В российских компаниях предпринимаются активные пробы пересмотра классических методов мотивации и их заимствования у заборных компаний с целью приспособления к

сложным экономическим условиям. Однако основным способом мотивации труда остается заработная плата – американская модель мотивации.

Согласно опросу, проведенному кадровым порталом ggs.ua, в 2022 году большинство россиян не удовлетворены своей заработной платой. Уровень заработной платы в 2022 году не устраивает 69% опрошенных. Только 27% граждан, принявших участие в опросе, удовлетворены своими доходами.

Именно поэтому менеджеры компаний считают, что мотивировать к работе в РФ можно только за счет увеличения оклада или нерегулярных вознаграждений. Вместе с тем менеджеры компаний забывают о мотивационной составляющей стимулирования, базирующейся на удовлетворении внутренних потребностей работника.

Работа полностью устраивает 48% опрошенных. Процент недовольных граждан меньше – 45%.

То, что россияне больше удовлетворены работой, чем доходом, который она приносит, означает, что размер заработной платы играет важное, но не главное значение в мотивации работников, ведь почти каждый второй устраивает его работа.

Некоторые успешные компании используют весь комплекс стимулирования и мотивации труда, применяя различные приемы стимулирования. На основе опроса, стимулирующими нематериальными факторами, формирующими мотивы к труду являются:

- повышение профессиональных знаний и навыков. Большая часть опрошенных (57%) предпочитает отработку теории на практике путем участия в тренингах, форумах и вебинарах. 49% предпочитают обучение под руководством наставника, которым может быть руководитель или коллега по работе [6];
- повышение по карьерной лестнице. Эффективность такого метода мотивации труда большинство опрошенных (58%) объясняют возможностью влиять на процесс и результат работы. Для 35% – это возможность повысить свой социальный статус, а для всех остальных – претендовать на руководящую должность [7];
- чительное влияние на работников. Она может стимулировать к лучшей работе, а может привести к увольнению. Командный дух повышает мотивацию труда многих опрошенных, работающих в комфортной атмосфере;
- похвала руководства. Руководитель должен быстро адаптироваться к изменениям и помогать в этом подчиненным. Также он должен обладать высоким уровнем интеллекта, быть критическим и системным. Важно, чтобы он умел повышать мотивацию труда персонала своей компании [8];
- комфортные условия труда. В большинстве современных, открытых к зарубежному опыту организациях, наблюдается активное выстраивание корпоративной культуры, являющейся одним из важнейших мотивационных стимулов персонала. В зависимости от доходов они могут позволить себе улучшение условий труда (оптимизацию рабочего пространства), создание комнат отдыха, организацию мероприятий и праздников. Однако таких компаний очень мало, и как правило, они работают в сфере IT, банковской или медиа-сфере, что подтверждает рейтинг лучших работодателей РФ, составленный в 2022 году на основе опроса работников и экспертов рынка труда.

Компании, занявшие лидирующие позиции, предлагают своим работникам достаточный уровень заработной платы, комфортное рабочее место, гибкий график работы, соцпакет (медицинское страхование, компенсация расходов на разные мероприятия, бесплатное питание, служебный автомобиль и т.п.), возможность развития.

Проанализировав деятельность компаний, применяющих современные методы мотивации труда, можно заключить, что они сосредотачиваются на нематериальных видах мотивации, ведь понимают, что стимулирование к труду только путем увеличения заработной

платы приводит к тому, что постепенно желание развиваться в профессии, инициатива, высокая производительность начинает спадать. Поэтому система стимулирования труда должна быть построена как на общих интересах работника, так и на его мотивах или стимулах для труда. С учетом этого руководителям отечественных предприятий необходимо придерживаться следующих рекомендаций по стимулированию средствами мотивации:

- предоставление социальных гарантий работникам как форма нематериальной мотивации. Речь идет о полном социальном пакете, в который включено страхование жизни, дополнительное пенсионное обеспечение, программы физического и духовного развития работника, консерж-сервис, бюджет на образование, путешествия и билеты на концерты. На сегодняшний день существует тренд внедрения wellness-программ, обеспечивающих персоналу физическое развитие, снятие стресса, новые знания (о правильном питании, грамотном подходе к занятиям спортом, оказании неотложной помощи) [10];
- организация комфортного рабочего места работников, удовлетворение их физиологических и эстетических потребностей. Пандемия способствовала возникновению новых тенденций по направлению employee value proposition. Речь идет о денежных компенсациях или готовом инвентаре для организации рабочего пространства на дому (рабочий стол, стулья, технику);
- возможность учиться и совершенствовать свои навыки. Некоторые иностранные компании закупают целые библиотеки для своих сотрудников. Есть такие, которые создают их самостоятельно или компенсируют часть или полную стоимость обучения. Компенсация зависит от размеров и ресурсов бизнеса. Также ведущие международные компании обеспечивают бесплатное участие своих сотрудников в конференциях, экспертных семинарах, менторских и лидерских программах;
- обеспечение равенства между работниками независимо от должностей. Известно, что диалоговая форма взаимодействия возможна только при условии демократических отношений в коллективе; – похвала со стороны руководителя за качественно проделанную работу. Для любого работающего человека важно, чтобы его труд ценили, даже если это выражается только в устной форме.

Современными средствами материального стимулирования труда являются:

- креативный подход к материальному стимулированию. Например, помимо традиционного повышения заработной платы, премий, надбавок и бонусов распространенной практикой среди иностранных IT-компаний есть оформление опционов, то есть передача небольшой доли компании на работников [11];
- поощрение в виде бонусов, которые могут начисляться за своевременность, быстроту, креативность и инновационность выполнения определенных задач. Также это может быть предоставление дополнительных выходных или отпусков;
- ввод 4-дневной рабочей недели. Сокращенная неделя была бы выгодна людям, которые работают на результат и могут ограничить себя в перерывах. Это не касается производства и аграриев, а лишь небольшого процента на рынке труда [12].

Исходя из данных рекомендаций можно сказать, что только материальное стимулирование не гарантирует повышения мотивации труда. Современному работодателю необходимо заботиться о всех составляющих комфорта в компании. Для этого полезно перенимать опыт иностранных коллег и обогащать условия сотрудничества со специалистами новыми подходами.

На сегодняшний день человеческий капитал является самым важным ресурсом организации. Его формирование, развитие и реализация невозможны без мотивации труда, ключевыми категориями которой являются мотивы, интересы, стимулы и стимулирование.

В ходе проведения исследования определено, что мотивация труда является процессом стимулирования к разным видам деятельности, необходимым для достижения определенных целей организации. Ее основная цель – получение максимального эффекта от использования имеющихся трудовых ресурсов и повышения результативности деятельности компании. Для достижения этой системы стимулирования персонала должна учитывать как общие интересы работника, так и его мотивы или стимулы для труда.

Анализ отечественного и зарубежного опыта подтверждает, что вопросу мотивирования труда в РФ уделяется недостаточно внимания. Вместе с тем предпринимаются активные попытки пересмотра классических способов мотивации и их заимствования у зарубежных компаний с целью приспособления к сложным экономическим условиям. Для повышения мотивации труда руководителям организаций рекомендуется креативно подходить к материальному стимулированию, предоставлять социальные гарантии работникам, организовывать комфортные рабочие места, предоставлять своим работникам возможность обучаться и совершенствовать навыки, обеспечивать их равенство независимо от должностей, поощрять путем внедрения различных бонусных программ, предоставления дополнительных выходных или отпусков, ввод 4-дневной рабочей недели.

Результаты

Эффективность компании напрямую связана с мотивацией ее сотрудников. Люди выполняют свои обязанности добросовестно и в срок только в том случае, если они заинтересованы в своей работе. Когда люди мотивированы на работу, приверженность и мотивация каждого отдельного человека могут повысить эффективность работы не только в рамках подразделения, но и в масштабах всей организации и организации в целом.

Следует отметить, что эффективные методы стимула сотрудников компании в основном используются за рубежом. Это связано с тем, что на Западе проблемы мотивации и стимула являются более широкими, чем в России. В Западе HR-менеджеры очень заинтересованы в нематериальной мотивации, они стремятся к тому, чтобы сотрудники играли определенную роль в деятельности компании, которая растет с каждым днем. Каждый сотрудник имеет возможность чувствовать себя специалистом своего дела, и чувствовать себя компетентными в своей работе. Это позволяет западным людям быстро принимать решения и постоянно мотивирует их к росту. В России принято думать, что люди, которые работают за деньги. Конечно, вопрос о зарплате должен стоять на первом месте, но является ли зарплата единственным способом удержания работников? Является ли зарплата единственным способом удержания сотрудников? Мы считаем, что ответ "нет".

Как показал опрос, проведенный в июле 2022 года экспертами международного рекрутингового агентства Kelly Services, главной мотивацией для большинства россиян остается уровень вознаграждения (64%) остается главным мотивирующим фактором для большинства россиян, хотя его значимость снизилась по сравнению с 2021 годом - на 8%. Также важными факторами являются (40%) и комфортная обстановка в компании (36%), также являются важными факторами и другие стимулы. Российские респонденты также отметили профессионализм своих коллег, репутацию своей компании и репутацию своих коллег, а также возможность учиться и работать над проектами за рубежом. Гибкий график работы, хорошее местоположение и, самое главное, отсутствие "изменений в способе работы".

Следует отметить, что значимость фактора вознаграждения снижается год от года. «Зарплата» уменьшается год от года, и для того, чтобы она работала эффективно, необходимо учитывать другие факторы, помимо "зарплаты". Без капитала мы должны полагаться на инновационные технологии, стимулирование персонала.

Результаты и обсуждения

Итак, эффективность труда – показатель, характеризующий результативность использования трудовых ресурсов, как на уровне организации, так и на уровне экономики

страны в целом. На этот фактор влияет множество аспектов, одним из которых является управление эффективностью труда персонала.

Для высокой производительности, конкурентоспособности, максимизации прибыли, благосостояния компании и самореализации необходимо, чтобы каждый сотрудник был вовлечен в рабочий процесс. Для выявления уровня лояльности и вовлеченности применяют множество методов и опросников, благодаря которым компания может определить отношение сотрудников к организации. Если сотрудник вовлечен в рабочий процесс его эффективность становится значительно выше, что приводит к высокой производительности и конкурентоспособности предприятия.

Преимущества высокой вовлеченности работников в бизнес-процессы очевидны. А сотрудники демонстрируют большее усердие и творческий подход к доработке, взаимодействие с клиентами осуществляется в вежливой и доброжелательной манере. Это положительно влияет на имидж компании, лояльность клиентов и, в конечном итоге, на прибыль компании. И, в конечном счете, маржа прибыли.

После выявления лояльности и вовлеченности, организация применяет различные методы для мотивации и стимулирования труда. Здесь наблюдается некая взаимосвязь всех компонентов. От мотивации сотрудника зависит результат производительности, но, чтобы знать, как и чем мотивировать сотрудника и как стимулировать его труд нам необходимо знать его вовлеченность и лояльность по отношению к организации.

Компания со своей стороны, должна обеспечить сотрудника необходимыми условиями, при которых его работа давала бы максимально эффективный результат. Это осуществляется посредством процесса, называемого стимулированием труда. Процесс мотивации отдельных лиц или групп для выполнения работы, продуктивное применение того, что было решено или запланировано для достижения целей организации. Работа, которая была решена или должна быть выполнена. Процесс мотивации людей посредством использования различных стимулов называется процесс мотивации.

1. Адашев, А. У. Мотивация персонала как функция менеджмента / А. У. Адашев, Х. О. Арслонов // *Мировая наука*. – 2019. – № 1(22). – С. 34–37. Дата обращения: 19.03.2022.
2. Афанасьева, В. С. Эффективные методы мотивации персонала / В. С. Афанасьева // *Аллея науки*. – 2020. – Т. 2. – № 12(51). – С. 456–458. Дата обращения: 12.03.2022.
3. Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом : учебник и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 381 с. Дата обращения: 05.03.2022.
4. Балаев, В. А. Мотивация персонала. Современные подходы в мотивации персонала / В. А. Балаев, В. С. Гридчин, Н. А. Чаплыгин // *Молодой исследователь: вызовы и перспективы : Сборник статей по материалам CLX международной научно-практической конференции*, Москва, 06 апреля 2020 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Интернаука», 2020. – С. 267–271. Дата обращения: 07.04.2022.
5. Вишневецкая Н.Г., Галина А.Э. Региональный рынок труда молодежи в фокусе государственного регулирования // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2022. – № 6. – С. 172-176.
6. Галина А.Э., Григорьева А.В., Илларионов И.В. Социально-психологические факторы успешности трудовой адаптации и карьерного продвижения персонала // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2022. – № 1. – С. 101-106.
7. Галина А.Э., Салыхова А.А., Шафикова Л.Р. Управление развитием персонала современной организации: вызовы времени // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2022. – № 2. – С. 110-115.
8. Галина А., Загитова Л. Формирование цифровых компетенций для построения карьерных траекторий // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2021. – № 1. – С. 170-173.
9. Галина А.Э., Иванова А.А. Внедрение профессиональных стандартов как фактор профессионального развития персонала // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2020. – № 6. – С.225-228.
10. Галина А.Э., Евдокимова К.В. Профессиональное развитие персонала как инструмент обеспечения эффективной деятельности организации // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2019. – № 6 (150). – С. 131-135.
11. Голубев, А. И. Управление мотивацией персонала организации / А. И. Голубев // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2020. – № 2–1(60). – С. 65–70. Дата обращения: 05.04.2022.
12. Гордеева, Е. В. Мотивация как важнейший фактор повышения эффективности системы управления персоналом организации / Е. В. Гордеева, Ю. С. Севостьянова // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2020. – № 11–1(69). – С. 226–229. Дата обращения: 02.05.2022.

13. Елкин, С. Е. Управление персоналом организации. Теория управления человеческим развитием : учебное пособие / С. Е. Елкин. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 236 с. Дата обращения: 13.04.2022.
14. Зайцева, Т. В. Мотивация трудовой деятельности : учебное пособие / под ред. проф. В. П. Пугачева. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 394 с. Дата обращения: 28.04.2022.
15. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / В. М. Маслова. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 431 с. Дата обращения: 17.04.2022.

Узбеков Ф.И.

**Маркетинговая деятельность предприятия:
принципы, инструменты, перспективы развития**

*УУНиТ
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-217

Научный руководитель: Гришин К.Е.

Аннотация

В статье представлены особенности маркетинговой деятельности предприятий, определена основная цель маркетинговой деятельности предприятий. На основе этого сформирована задача маркетинга, предприятий, определено содержание маркетинговой деятельности предприятия и подробно описаны все его современные составляющие. Также, автором уточнено, какие главные маркетинговые инструменты целесообразно употреблять в работе современных компаний. Определены перспективы развития маркетинговой деятельности современных предприятий.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, инструменты маркетинга, экономические подходы, система маркетинга, предприятия.

Abstract

The article presents the features of the marketing activities of enterprises, defines the main goal of the marketing activities of enterprises. On the basis of this, the task of marketing, enterprises is formed, the content of the marketing activity of the enterprise is determined and all its modern components are described in detail. Also, the author clarified which main marketing tools it is advisable to use in the work of modern companies. The prospects for the development of marketing activities of modern enterprises are determined.

Keywords: marketing activity, marketing tools, economic approaches, marketing system.

Постановка проблемы. На современном этапе экономического развития государства для отечественных предприятий чрезвычайно важно увеличение возможностей улучшения финансово-хозяйственной деятельности, укрепление конкурентной позиции на рынке, расширение как внутренних сегментов рынка, так и выход на внешние рынки реализации своей продукции и т.д.

Маркетинг как одна из основных частей стратегического управления деятельностью предприятия играет большую роль в расширении рынка сбыта продукции, в том числе и внешнего. Для роста эффективности внешнеэкономической деятельности, расширения сотрудничества с иностранными бизнес-партнерами важно сформировать правильную маркетинговую стратегию, которая будет учитывать особенности экономически-хозяйственной деятельности конкретного предприятия, в т.ч. нахождение его в той или иной конкурентной среде [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам создания и деятельности маркетинговой системы на предприятиях посвящены работы большого количества иностранных и отечественных ученых, в частности: И.В. Мосийчук, В.П. Нечаева, И.Л. Петровой, Н.В. Швеца и т.д. Вопросы финансово-экономического анализа эффективности деятельности предприятий, в том числе маркетинговой, были отражены в работах многих отечественных экономистов, среди которых можно выделить исследования И.А. Бондаря, О.Е.

Гудзь, Е.О. Ковтун, О.А. Пилипенко, Т.Е. Руденко, И.И. Румыка, Г.З. Шевцовой, Т.М. Шевченко и других. Однако, как показывают результаты исследований, в отечественной литературе отсутствует детальное и структурированное изучение организации и функционирования системы маркетинга на предприятиях в условиях конкурентной среды.

Формулировка целей статьи. Целью статьи является исследование экономических подходов к созданию и функционированию системы маркетинга на отечественных предприятиях. Для достижения поставленных целей были использованы инструменты синтеза, сравнения и системного анализа, методы индукции и дедукции, диалектический метод и метод сравнений.

Изложение основного материала исследования. Процесс общественных преобразований происходит настолько стремительно, что маркетинговые концепции, стратегии, подходы и инструменты, успешные еще несколько лет тому назад, становятся неэффективными или непригодными для продвижения товаров или услуг в современной экономике. Сейчас существует выработка новых стратегических подходов в маркетинговой деятельности, которые отличались бы высокой адаптивностью и эффективностью [5; 6].

Все это создает необходимость в обеспечении необходимого уровня конкурентоспособности продукции отечественных предприятий, что требует улучшения методов управления хозяйственной и производственной деятельностью. Главными факторами, обусловившими необходимость в использовании принципов и приемов маркетинга предприятий, являются повышение требований к качеству продукции со стороны потребителей, потребность в самостоятельном поиске рынков реализации продукции и рост конкурентной борьбы.

В этих условиях ассортимент продукции и другие составляющие комплекса маркетинга на предприятиях требуют правильной организации для поддержания должного уровня деятельности и закрепления позиций на рынке. Данные процессы, происходящие на современных предприятиях должны быть хорошо регулируемы, система маркетинга предоставляет возможность налаживания обратных связей с рыночной средой и получения информации о ситуации на рынке. Только маркетинговый подход к принятию решений позволяет определить конкретные цели, стратегию и тактику рыночного поведения, снизить издержки и повысить прибыльность предприятия [4].

Содержание маркетинговой деятельности может быть раскрыто через различные аспекты и одновременно быть концепцией управления, социальным процессом, отдельным типом деятельности и определенной философией реализации бизнеса.

Потребность во внедрении маркетинговых исследований в хозяйственную деятельность компаний уже не вызывает никакого колебания. «Об этом свидетельствует тот факт, что 90% предприятий в США и 75% в Германии и Великобритании регулярно (в среднем 2-3 раза в год) проводят маркетинговые исследования. Интересно, что рядовая американская компания с годовым объемом сбыта 25 млн. дол. тратит на маркетинговые исследования почти 3,5% своего маркетингового бюджета, а фирма с продажами менее 25 млн. дол. – только 1,5%» [7].

Основной составляющей маркетинговой деятельности предприятия является сбыт выпускаемой продукции. Выполнение этих задач создает платформу для больших объемов сбыта и их постепенного роста. Как показывает практика работы подавляющего большинства отечественных предприятий, маркетинговая деятельность реализуется с использованием традиционных инструментов маркетинга, взаимосвязанных с задачами маркетинга. Указанные инструменты активно внедряются в маркетинговую деятельность предприятий. Инструменты маркетинга можно разделить на восемь групп, которые отображены на рисунке 1.

Перспективы развития маркетинговой деятельности современных предприятий, в частности, предусматривают:

- увеличение эффективности маркетинговой деятельности с минимальными издержками (снижение объемов бюджетов);
- повышение уровня профессионализма маркетологов, их человеческого потенциала и производительности труда [2; 3];

- повышение уровня кооперации отдела маркетинга с другими отделами;
- построение партнерских отношений для разных категорий потребителей;
- снижение уровня общей доходности и эффективное управление ценовой политикой компании.



Рисунок 1. Инструменты маркетинговой деятельности предприятия.

Выводы

Проведенные исследования показали, что маркетинговая деятельность является одной из основных сфер деятельности современного предприятия, которая часто является определяющей для других видов деятельности. Главными экономическими подходами и принципами эффективной маркетинговой деятельности современных предприятий являются: нацеленность на достижение конечной цели всей производственно-сбытовой деятельности; комплексный подход к достижению определенных целей, при котором все средства маркетинга обеспечивают условия для эффективной сбытовой деятельности предприятия; комплексное решение проблем исходя из имеющихся ресурсов и возможностей; создание необходимых условий для эффективного приспособления производства к условиям и требованиям рынка; открытость покупателям, их пожеланиям и потребностям, активная адаптация к ним и влияние; оперативная реакция на постоянные изменения макросреды и гибкость в достижении определенных целей; ориентация на работу промышленных предприятий на длительный результат и непрерывное развитие. Следовательно, функционирование маркетинговой системы на промышленном предприятии необходимо, так как в условиях рыночной экономики постоянно растет уровень конкуренции и рисков для самого предприятия. Предприятию следует уметь вовремя реагировать на постоянные изменения в рыночной среде. Организация работы отечественных промышленных предприятий на основе эффективной маркетинговой системы и управления позволит повысить результативность деятельности и укрепит конкурентоспособность на рынке.

1. Аллагулов, Р. Х. Логика и методика изучения темы: "Предприятие (фирма) в условиях совершенной конкуренции" / Р. Х. Аллагулов // Методология и философия экономической науки : Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 100-летию Республики Башкортостан и юбилею проф. Барлыбаева Х.А., Уфа, 27–28 марта 2019 года / Под научной редакцией Г.М. Россинской. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2019. – С. 75-79. – EDN WGEFNU.
2. Аллагулов, Р. Х. О некоторых теоретических аспектах исследования рынка труда, трудового и человеческого потенциала / Р. Х. Аллагулов // Экономика и управление: теория, методология, практика : сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, Уфа, 19 мая 2017 года. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2017. – С. 17-21. – EDN XAHQGT.

3. Аллагулов, Р. Х. Производительность труда на предприятии: показатели, факторы, методы и экономическое значение ее роста / Р. Х. Аллагулов, А. Р. Исламова // Актуальные проблемы современности: наука и общество. – 2020. – № 2(27). – С. 12-15. – EDN GSYZEX.
4. Губайдуллина, Л. Р. Цифровая трансформация как способ сокращения издержек / Л. Р. Губайдуллина, Р. Х. Аллагулов // Вектор экономики. – 2022. – № 4(70). – DOI 10.51691/2500-3666_2022_4_2. – EDN LIXRTI.
5. Механизм трансформации социально-экономических процессов: междисциплинарный подход / О. В. Алешкина, Р. Х. Аллагулов, Т. Г. Антропова [и др.]. Том II. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2021. – 216 с. – ISBN 978-5-4365-9275-6. – EDN RWUZDL.
6. Проблемы и стратегические приоритеты социально-экономического развития Республики Башкортостан : Монография, посвященная 30-летию Института экономики, финансов и бизнеса ФГБОУ ВО Башкирский государственный университет» / У. А. Назарова, Р. И. Маликов, Н. А. Кузьминых [и др.]. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2018. – 388 с. – ISBN 978-5-7477-4854-5. – EDN YWAFHF.
7. Теоретические аспекты маркетинговых исследований рынка и их роли в деятельности фирмы - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mydocx.ru/1-130365.html> (Дата обращения 5.03.2023).

Фан Ц.¹, Лю И.²

Маркетинг китайских автомобилей в России

¹Московский государственный университет
(Россия, Москва)

²Университет Jilin University of the Arts
(Китай, Цзилинь)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-218

Аннотация

Китайские автомобили стали все более популярными на российском рынке в последние годы. Они предлагают относительно низкие цены, а также различные функции и возможности, которые привлекают покупателей. По данным Российской ассоциации автомобильных дилеров (РАДА), в 2022 году китайские автомобили заняли 4,2% долю на рынке легковых автомобилей в России. Самыми популярными марками стали Chery, Lifan, Geely, Haval и FAW. Однако они все еще значительно уступают традиционным брендам, таким как Toyota, Hyundai, Kia, Volkswagen и другим. Следовательно, увеличение объемов экспорта китайских автомобилей непосредственно связан с маркетингом китайских автомобилей на рынке России, который имеет ряд преимуществ, включая культурные особенности российского потребителя, а также использование адаптированных в России маркетинговых инструментов.

Ключевые слова: экспорт, маркетинг, китайский автопром, автомобильный рынок.

Abstract

Chinese cars have become increasingly popular in the Russian market in recent years. They offer relatively low prices, as well as various features and capabilities that attract buyers. According to the Russian Automobile Dealers Association (RADA), in 2022, Chinese cars accounted for 4,2% of the market share of passenger cars in Russia. The most popular brands were Chery, Lifan, Geely, Haval, and FAW. However, they still lag significantly behind traditional brands such as Toyota, Hyundai, Kia, Volkswagen, and others. Therefore, increasing the volume of exports of Chinese cars is directly related to marketing Chinese cars in the Russian market, which has several advantages, including cultural characteristics of the Russian consumer, as well as the use of marketing tools adapted to Russia.

Keywords: export, marketing, Chinese auto industry, automotive market.

Китаю понадобилось 53 года для того, чтобы довести ежегодный объем выпуска легковых автомобилей до 3 млн в 2002 г. и стать пятым в мире автомобильным производителем. Всего через семь лет – в 2009 г. – Китай занял 1-е место в мире как по объему производства легковых автомобилей, так и по объемам их продаж.

С тех пор десять лет подряд китайская автомобильная промышленность прочно удерживает лидирующие позиции, и в 2019 г. объем производства автомобилей в КНР составил около 25% объема производства автомобилей в мире. Однако, пандемия коронавирусной инфекции негативно повлияла на данную отрасль, сократив как объемы производства (рисунок 1), так и объемы потребления (рисунок 2) [1].

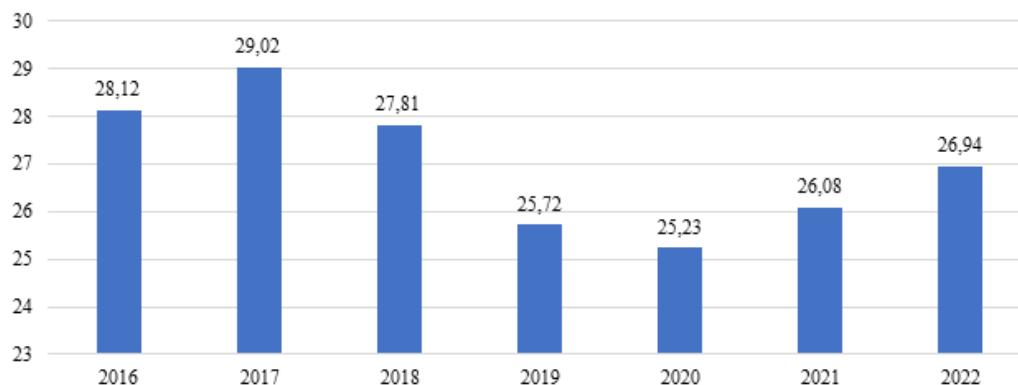


Рисунок 1. Объемы производства автомобильной промышленности в Китае, 2016-2022 г., млн автомобилей.

Так, исходя из рисунка, можно увидеть, что к 2020 году производство автомобилей сократилось на 10,3% в сравнении с 2016 годом.

При этом, к 2022 году наблюдается увеличение объемов производства на 6,7% в сравнении с 2020 годом, что говорит о том, что автомобильная отрасль в Китае после пандемии коронавирусной инфекции улучшается и стабилизируется [2].

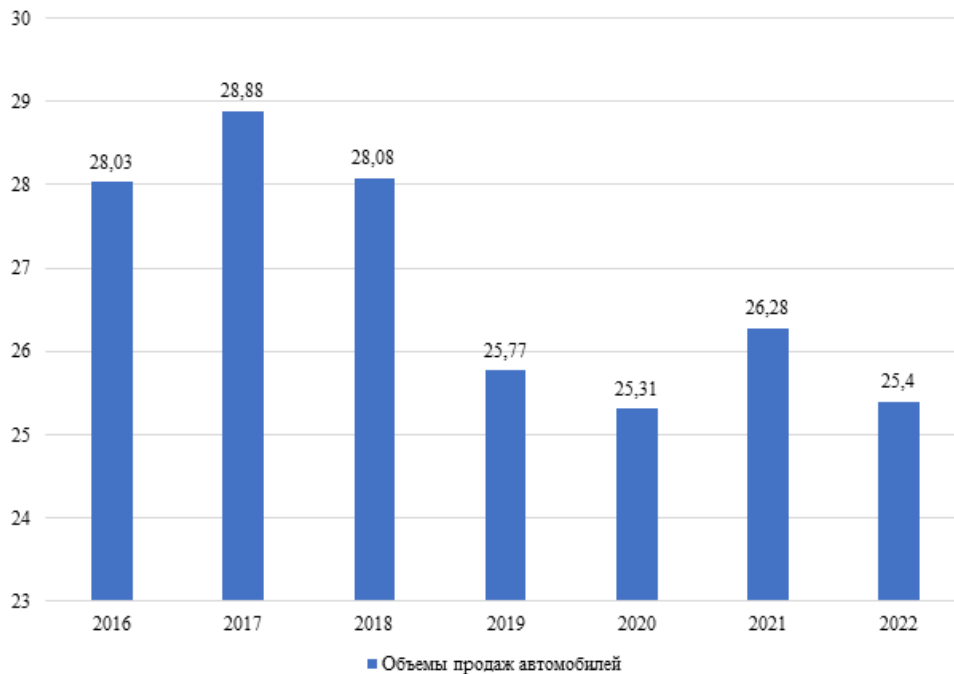


Рисунок 2. Объемы продаж автомобилей в Китае, 2016-2022 г., млн автомобилей.

Рассматривая объемы продаж автомобилей в КНР, можно увидеть, что к 2020 году объемы сократились на 10%. При этом, к 2021 году объемы продаж увеличились на 3,8%, но к 2022 году сократились на 3,4%.

Рассматривая авторынок России, отметим, что авторынок России непрерывно меняется вслед за колебаниями мирового авторынка. Чтобы отслеживать динамику российского авторынка, быть в курсе новинок, которые производители выпускают на российский рынок,

приходится перерабатывать большие объемы информации. Автомобильный рынок России, который в октябре 2022 года продолжил падение, остался на шестом месте в европейском первенстве [2].

Как отмечается в обзоре европейского авторынка за октябрь, лидером по реализации автомобилей стала Германия, где было продано 208 642 машины (+16,8%). Второй результат показала Великобритания – 134 344 проданных машины (+26,4%). Если же при рассмотрении автомобильного рынка Европы учитывать Россию, то наша страна сохраняет шестую строчку европейского рейтинга. Как сообщают эксперты агентства «АВТОСТАТ» со ссылкой на данные АО «ППК»*, объем рынка легковых автомобилей в России по итогам октября составил 43 308 единиц (-63,1%).

Сложно не заметить, что за 6 лет китайские компании смогли нарастить свою долю российского авторынка с совсем ничтожной части до нескольких процентов (таблица 1).

Таблица 1

Доля китайских брендов по годам в России.

Год	Доля рынка китайских автобрендов в России
2016	2,2%
2017	2%
2018	2%
2019	2,3%
2020	3,6%
2021	4,9%
2022	4,2%

Пик случился в 2016-м году, но потом доля китайских брендов снизилась. В последние годы она снова стала расти, и расти более уверенно. Да, пока она исчисляется всего лишь процентами, а не десятками, но, как кажется, у неё есть все шансы на уверенный рост [3].

Именно на 2021 год пришлись главные рекорды «китайцев», когда их ежемесячные показатели неоднократно превышали объемы в 10 тысяч экземпляров. Также полученная кривая позволяет видеть и падение «китайского» сегмента (вместе с другими) весной 2020 года, когда из-за начала пандемии коронавируса автосалоны некоторое время не работали, и весной 2022-го – на фоне начала украинского кризиса.

Впрочем, начиная с апреля, кривая идет резко вверх, поскольку автопроизводители из КНР не присоединились к антироссийским санкциям и активно продолжают работу на нашем рынке. Что касается нижних графиков, они позволяют видеть динамику рынка у пятерки лидеров китайских брендов – Haval, Chery, Geely, Changan, EXEED. Очевидно, что пока основным драйвером роста «китайского» сегмента на российском рынке является конкуренция между первыми тремя марками [4].

Если рассматривать маркетинг китайских автомобилей в России, то отметим ряд определенных маркетинговых стратегий:

1. Выделение уникальных характеристик и преимуществ китайских автомобилей, которые привлекают российских потребителей, таких как доступность, передовые технологии и экономичность.
2. Разработка локализованных маркетинговых кампаний, учитывающих культурные предпочтения и привычки покупателей в России.
3. Установление партнерских отношений с местными дилерами и дистрибьюторами для расширения доступности китайских автомобилей на российском рынке.
4. Предоставление конкурентных финансовых условий и гарантий, чтобы сделать китайские автомобили более доступными для российских потребителей.
5. Обеспечение высокого уровня обслуживания и поддержки клиентов для построения доверия и лояльности среди российских покупателей [5].

Стоит также учитывать тот факт, что российский потребитель китайских автомобилей проявляет интерес к этим маркам, в первую очередь, из-за их доступности по цене. Кроме того, китайские автомобили обычно предлагают широкий спектр дополнительных функций и возможностей, которые также привлекают российских покупателей.

Однако, в целом, отношение российского потребителя китайских автомобилей можно охарактеризовать как осторожное и несколько скептическое. Это связано с тем, что китайские автомобили не имеют такой долгой истории и традиции производства, как многие другие марки, а также сомнениями в качестве и надежности этих автомобилей.

Однако, с ростом конкуренции на рынке и повышением уровня качества китайских автомобилей, российский потребитель становится все более заинтересованным в приобретении таких машин. Кроме того, производители китайских автомобилей активно работают над улучшением своих продуктов и расширением модельного ряда, что может привести к дальнейшему увеличению спроса на китайские автомобили в России [6].

В целом, успешный маркетинг китайских автомобилей на российском рынке требует глубокого понимания местной рыночной ситуации и предпочтений потребителей, а также стремления к установлению прочных партнерских отношений и предоставлению высококачественных продуктов и услуг.

1. Анализ объема рынка и перспективы развития автомобильной промышленности Китая в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dongchedi.com/article/7102019363662004775> (Дата обращения: 11.11.2022).
2. Анализ тенденций автомобильного рынка Китая в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m.ofweek.com/auto/2022-02/ART-70103-8420-30548890.html> (Дата обращения: 02.03.2022).
3. Аналитики прогнозируют двукратный рост мирового рынка электромобилей в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/news/49694/> (Дата обращения: 01.03.2022)
4. Китайский авторынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ftchinese.com/tag/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%B1%BD%E8%BD%A6%E5%B8%82%E5%9C%BA> (Дата обращения: 02.03.2022).
5. Перспективы автомобильного рынка Китая в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/cn/zh/pages/consumer-industrial-products/articles/automobile-market-outlook-2022.html> (Дата обращения: 02.03.2022).
6. China KPMG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/zh/2021/01/2020-china-leading-autotech-50.pdf> (Дата обращения: 04.03.2022)

Фарвазов М.Р., Нигматзянова Л.Р.

Развитие мирового энергетического рынка

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-219

Аннотация

Энергетика является системообразующим элементом комплексного развития любого государства и мира в целом. Данная отрасль оказывает прямое влияние на экономику, уровень жизни, статус государства на международной арене, определяет его независимость. Любое изменение в энергетической отрасли отражалось на всех сферах жизни человека и государства. На сегодняшний день можем наблюдать прочную и прямую связь между наличием энергетических ресурсов их количеством и качеством, выработкой энергии, установленной мощностью объектов энергетики, уровнем развития технологий в этой отрасли и уровнем развития промышленной отрасли, благополучием населения, экономикой и экологией.

Ключевые слова: энергетические ресурсы, энергетический рынок, изменение энергетической отрасли.

Abstract

Energy is a system-forming element of the integrated development of any state and the world as a whole. This industry has a direct impact on the economy, living standards, the status of the state in the international arena, determines its independence. Any change in the energy industry affected all spheres of human and state life. Today we can observe a strong and direct relationship between the availability of energy resources, their quantity and quality, energy production, installed capacity of energy facilities, the level of technology development in this industry and the level of development of the industrial sector, the well-being of the population, the economy and the environment.

Keywords: energy resources, energy market, energy industry change.

Энергетика является одной из фундаментальных отраслей задающих темп развития мира во всех областях. Повышение качества жизни человека, постоянно растущие объемы спроса и потребления на различные товары и услуги требуют увеличения выработки энергии как тепловой, так и электрической, увеличения добычи энергетических ресурсов. В условиях их ограниченности встает вопрос более эффективного использования добываемых энергоресурсов, и повышения коэффициента полезного действия технологических процессов, используемых в энергетической отрасли, в целом. Особенно остро стоит вопрос экологичностью производства.

Рост спроса на энергию наблюдается постоянно, что является неотъемлемым элементом развития. Однако удовлетворение данного спроса происходит не только за счет увеличения числа объектов генерации, но и за счет улучшения инструментов распределения и потребления выработанной энергии. В последнее время наблюдается рост эффективности применяемых технологий, цифровизация данной отрасли, изучение новых видов топлива и их активное внедрение в производство промышленных масштабов.

Основываясь на истории развития энергетики и ранее проведенных исследованиях, можем выделить три этапа развития рассматриваемой отрасли.

Первый этап длился около семидесяти лет, начиная с середины девятнадцатого века. В это время спрос на энергетическое сырье серьезно возрос: более чем в четыре раза с 0,36 до 1,7 миллионов тонн нефтяного эквивалента (т. н. э.), увеличение потребления первичной энергии на одного человека до 0,8 т. н. э. в год. Появились паровые машины и двигатели внутреннего сгорания, особенно распространилось использование угля, как перспективного энергетического сырья, также появляются новые виды топлива из химически более сложных соединений (бензин, дизель). Были разработаны способы передачи электроэнергии на значительные расстояния, а также разработаны уникальные решения в области преобразования механической энергии в электрическую и наоборот (принцип обратимости электрических машин). Открытия, полученные в данный период, во многом определили дальнейшее развитие энергетической отрасли и определили энергетику как один из главных факторов в мировой экономике.

В этот период происходит резкий рост городов, формирование промышленных центров, индустриализация первичных секторов экономики, где энергетическая отрасль занимает уверенное место и является двигателем развития. Государства строили свои экономики на добыче энергетических ресурсов и продаже их на мировом рынке (например, США). Такая тенденция наблюдалась во всех частях света. Энергетика выступала фундаментом для развития экономики.

Второй этап длился на протяжении сорока-пятидесяти лет (1930-1970гг.) Данный период характеризуется повышением объемов производства энергетических ресурсов в 4 раза (до 7 млн т. н. э.). Однако в 1980 году произошел нефтяной кризис, обусловленный резким снижением цен из-за перепроизводства нефти. Начинается разработка газовой энергетики, использование газовых турбин. Развиваются гидроэнергетика и атомная энергетика. Созданы газотранспортные системы. Увеличилась эффективность использования угольной генерации благодаря использованию смеси угольного и газового топлив.

Третий этап развития продолжается и сейчас. Этот этап характеризуется более скромным увеличением среднестатистического потребления энергии, отчасти этот факт связан с тем, что начало третьего этапа пришлось на посткризисный период. Также за текущее время не было

никаких технологических прорывов в отрасли. Началось развитие возобновляемых источников энергии, как более экологичных в сравнении с традиционными источниками энергии и развитие электромобилей. Существенным отличием данного периода от других является сокращение разницы в энергопотреблении между странами с 20 раз в шестидесятые годы двадцатого века до 7 раз сейчас. Стоит понимать, что энергопотребление напрямую связано с индустриализацией, а это значит, что сокращение данного показателя говорит о том, что экономический рост в развивающихся странах идет высокими темпами.

На сегодняшний день нет возможности снизить уровень энергопотребления, этого не позволяет текущий уровень жизнеобеспечения общества, следовательно, нет возможности отказаться от традиционных источников энергии, в пользу возобновляемых, однако необходимо учитывать все разработки и технологии позволяющие сократить негативное воздействие на экологию.

Россия обладает существенным запасом углеводородного сырья, который занимает большую часть в экспорте нашей страны. Пандемия внесла свои коррективы в мировые отношения, а именно стала причиной энергетического кризиса, который сопровождался увеличением цен на углеводороды и снижением экономической и деловой активности в мире, данная ситуация оказалась шоковой для нашей страны. Постпандемийное время показало, насколько важна стабильность мирового энергетического рынка и бесперебойность его работы. На сегодняшний день сформировалась прочная связь между тремя системообразующими элементами, определяющими вектор дальнейшего развития человечества: экономика – экология – энергетика.

В рамках развития топливно-энергетического комплекса нашей страны необходимо в ближайшем времени решить одни из следующих задач: устранение последствий «пандемийного» кризиса, выстраивание взаимоотношений с покупателями российских энергетических ресурсов, развитие технологий энергосбережения, развитие альтернативной энергетики, содействие другим государствам в противостоянии глобальному потеплению, уменьшение объемов выбросов парниковых газов, исследование новых видов энергоносителей и их применение [1,2].

1. Свиридов А.А. Современные тенденции глобального энергетического рынка // Хроноэкономика. 2021. №5 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-globalnogo-energeticheskogo-rynka> (дата обращения: 27.03.2023).
2. Петрова Т. А., Карданов В. А. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕР РЕГУЛИРОВАНИЯ НА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ // Вестник ГУУ. 2021. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-mer-regulirovaniya-na-energeticheskom-rynke> (дата обращения: 27.03.2023).

Хомицевич Н.А.

Выполнение государственного заказа как проектная деятельность

*Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-220

Аннотация

В статье выделены сущностные характеристики процесса государственной закупки. Определены особенности и этапы проектной деятельности, а также проведена аналогия выполнения государственного заказа и реализации проекта.

Ключевые слова: государственные закупки, государственный заказ, рынок государственных закупок, проектная деятельность.

Abstract

The article highlights the essential characteristics of the public procurement process. The features and stages of project activities are determined, as well as an analogy between the implementation of the state order and the implementation of the project.

Keywords: public procurement, public order, public procurement market, project activities.

Актуальность. Обеспечение нормального функционирования деятельности органов государственной власти происходит посредством государственной закупки, что обеспечивает актуальность рассмотрения данной области.

Для того, чтобы рассмотреть сферу выполнения государственных заказов в качестве проектной деятельности, необходимо определить сущностные характеристики проекта.

Проект — это временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата.

Каждый человек, который как-либо связан с проектной деятельностью знает о железном треугольнике, на вершинах которого располагаются: объём, время и стоимость, а в центре находится качество. Данные вершины взаимосвязаны. Так, например, при сокращении стоимости изменится или качество, или время, за которое будет выполнен проект, или и то, и другое одновременно.

Грамотное управление вышеперечисленными параметрами является частью работы руководителя проекта.

Каждый проект состоит из следующих этапов:

- Инициация;
- Планирование;
- Исполнение;
- Мониторинг и контроль;
- Завершение.

Инициация представляет собой процесс, при котором определяются основные цели и содержание проекта, фиксируются финансовые ресурсы. Происходит определение внутренних и внешних заинтересованных сторон, назначается менеджер проекта.

Планирование состоит из процессов, осуществляемых для определения общего содержания работ. Сюда включается постановка и уточнение цели, разработка последовательности действий, требуемых для достижения поставленных целей.

Исполнение является этапом, в ходе которого выполняется основное количество работ и расходуется как минимум большая половина бюджета всего проекта.

Этап мониторинга и контроля включает в себя процессы, необходимые для отслеживания, анализа, выявления направлений, требующих внесения изменений в план, а также внедрение соответствующих изменений. Данная группа процессов в ходе проекта действует вплоть до его завершения.

Проект завершается последним этапом, который включает группу процессов, выполняемых для окончания всех операций в рамках всех групп процессов проекта.

Следует также отметить, что любая проектная деятельность сопряжена с рисками, которые в процессе планирования идентифицируются, ранжируются, и исходя из этого определяются методы воздействия. В процессе выполнения проекта происходит регулярный мониторинг выявленных рисков и идентификация новых.

По своей сути, процесс выполнения государственного заказа может быть рассмотрен как выполнение проектной деятельности.

Государственный заказ представляет собой заказ государственных или муниципальных органов власти на поставку товаров или оказание определенного рода услуг, необходимых для осуществления государством своих функций и реализации своих полномочий.

В Российской Федерации все государственные закупки осуществляются либо по Федеральному закону №44 “О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для

обеспечения государственных и муниципальных нужд”, либо по Федеральному закону №223 “О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц” .

Основное отличие первого нормативного акта от второго заключается в более строгой регламентированности и прозрачности как для поставщика, так и для заказчика. Федеральный закон №223 является своего рода конструктором для стороны заказчика, регламент проведения государственной закупки согласно данному нормативному акту устанавливается заказчиком.

На практике, процесс выполнения государственной закупки можно разделить на несколько этапов:

- формирование потребности - в государственном или муниципальном предприятии формируется потребность в товарах, работах или услугах;
- техническое задание - исходя из потребности формируется техническое задание, в котором прописываются все технические условия необходимые к исполнению поставщиком;
- начальная (максимальная) цена - для определения рыночной стоимости, а также планирования бюджета предприятия определяется на основании коммерческих предложений начальная (максимальная) цена контракта;
- размещение закупки - заказчик размещает на торговых площадках конкурсную документацию, с которой ознакомились поставщики;
- определение победителя - происходит путем проведения запроса котировок или аукциона или других менее популярных форм определения победителя;
- заключение договора - стороны согласуют и заключают договор;
- исполнение госконтракта - является самым важным этапом госзакупки, в ходе которого происходит основная работа и включает в себя планирование, выявление рисков, определение стейкхолдеров, выполнение поставленной госконтрактом задачи.
- закрытие госконтракта - подписание сторонами акта о выполнении работ в полном объеме согласно договору.

Вся деятельность от формирования потребности, до закрытия госконтракта может быть рассмотрена как процесс выполнения проектной деятельности.

Проводя аналогию, можно сказать, что в инициацию государственной закупки входит формирование потребности. Планирование включает в себе написание технического задания, формирование начальной (максимальной) цены контракта, размещение закупки на торговых площадках, определение победителя. К этапу исполнения, а также мониторинга и контроля можно отнести исполнение госконтракта. К завершению проекта в государственных закупках относится этап завершения госконтракта. Кроме того, сфере выполнения государственного заказа присущ ряд рисков, которые также подразумевают использование инструментов управления и контроля.

Так, по своей сути, процесс государственной закупки - разновидность проектной деятельности. Государственным закупкам также присуще наличие ограниченного бюджета, наличие рисков, конкретных сроков и объема работ.

1. Федеральный закон О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 N 223-ФЗ // СПС КонсультантПлюс: Законодательство: Версия Проф. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/
2. Федеральный закон “О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд” от 05.04.2013 N 44-ФЗ // СПС КонсультантПлюс: Законодательство: Версия Проф. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/
3. Аверкина София Григорьевна, Воротникова Дарья Васильевна Оценка рисков проекта // International scientific review. 2019. №LXVII.
4. Рубцов Н.М. Особенности управления проектами на этапе инициации // Научная Идея. 2017. №1.
5. Соснин Константин Сергеевич Особенности управления проектами на начальном этапе реализации // Проблемы науки. 2016. №12 (13).

Хомицевич Н.А.

Отдельные аспекты формирования стоимости цены контракта применительно для Постановления Правительства РФ от 16 сентября 2016 г. N 925

*Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-221

Аннотация

В статье представлены проблемы применения Постановления Правительства РФ от 16 сентября 2016 г. N 925 "О приоритете товаров российского происхождения, работ, услуг, выполняемых, оказываемых российскими лицами, по отношению к товарам, происходящим из иностранного государства, работам, услугам, выполняемым, оказываемым иностранными лицами". Автором даны рекомендации относительно применения указанного Постановления.

Ключевые слова: государственные закупки, рынок государственных закупок, формирование цены контракта, Постановление Правительства РФ N 925.

Abstract

The article presents the problems of application of the Decree of the Government of the Russian Federation of September 16, 2016 N 925 "On the priority of goods of Russian origin, works, services performed, rendered by Russian persons in relation to goods originating from a foreign state, works, services performed, rendered by foreign persons". The author gives recommendations regarding the application of this Resolution.

Keywords: public procurement, public procurement market, contract pricing, Decree of the Government of the Russian Federation N 925.

Актуальность. Одним из основных документов, регулирующих деятельность государственных закупок, является Постановление Правительства РФ N 925. При этом, возникают проблемы формирования цены контракта относительно поставки товаров. Указанный нормативный акт был создан с целью увеличения спроса на товары отечественных производителей, но в настоящее время наблюдается обратная тенденция. Все это обуславливает рассмотрение вопроса о формировании цены в рамках Постановления Правительства РФ N 925.

16 сентября 2016 года Председатель Правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев подписал Постановление Правительства РФ № 925 (далее — Постановление), которое создает преимущество при поставке товаров Российского происхождения, оказании услуг, выполнении работ гражданами Российской Федерации. Преимущество заключается в снижении цены на 15% (в некоторых случаях 30 %).

В случае проведения государственной закупки методом сопоставления предложений участников (запрос предложений, запрос котировок, и т.д.) приоритет в размере 15% учитывается при сопоставлении предложений поставщиков и не влияет на итоговую цену договора. В данном случае, если в документации заказчик указывает о применении Постановления, то зачастую распределение баллов осуществляется по формуле:

$$S = N + V,$$

где: S — сумма баллов, не более 100;

N — количество баллов, распределенных в зависимости от стоимости предложения участника, не более 85;

V — количество баллов, начисленных за приоритет, 15 баллов.

При осуществлении закупок товаров, работ, услуг путем проведения аукциона или иным способом, при котором определение победителя проводится путем снижения начальной (максимальной) цены договора, указанной в извещении о закупке, на "шаг", установленный в

документации о закупке, в случае, если победителем закупки представлена заявка на участие в закупке, содержащая предложение о поставке товаров, происходящих из иностранных государств, или предложение о выполнении работ, оказании услуг иностранными лицами, договор с таким победителем заключается по цене, сниженной на 15% от предложенной им цены договора [1].

На первый взгляд, Постановление должно поддерживать российских производителей, создавать дополнительный спрос на товары российского производства, но в настоящее время в Российской Федерации крайне мало собственных производств.

Разберем самую простую нишу: ручной инструмент. Его производство не требует дорогостоящего, высокоточного оборудования, но большая часть инструмента производится в Китае. В России есть заводы, производящие ручной инструмент (например, Новосибирский инструментальный завод), но качество данного инструмента крайне низкое, а стоимость сравнима с более качественными и долговечными китайскими аналогами [3].

В связи с вышеизложенным, многие производители, такие как “Зубр”, “Сибртех”, “Сибин”, регистрируют свои организации в РФ, и поставляют изделия китайского производства под своими марками. По некоторой части продукции невозможно определить страну происхождения товара.

Можно сделать вывод, что Постановление не работает так, как изначально планировалось при поставке товаров.

В то же время, при оказании услуг Постановление нельзя считать неработоспособным, поскольку в данном случае легко отследить, лица из каких стран привлечены для выполнения контракта.

Заказчик, который применяет в своей закупке Постановление, зачастую хочет приобрести товар иностранного производства, который, как ранее отмечалось, обладает лучшими характеристиками. Он прописывает в техническом задании изделия иностранных марок, но из-за данного Постановления цена контракта автоматически уменьшается на 15%, и часто такие процедуры не интересны поставщикам, ведь они вынуждены автоматически терять 15% от стоимости контракта относительно поставщиков, которые предложили товар отечественного производства, обладающего худшими показателями [2].

Постановление вступило в силу с 1 января 2017 года, то есть 6 лет назад. За эти годы в нашей стране не наблюдается увеличения количества предприятий, производящих инструменты, наоборот, их число с каждым годом уменьшается, и данная тенденция наблюдается во многих секторах промышленности [5].

Как пример вышесказанного, предлагается рассмотреть предприятие АО «Завод Фиолент», история которого началась с 1913 года [4]. Данное предприятие в советские годы производило электроинструменты, а также различные приборы. Сейчас ассортимент данного предприятия с каждым годом уменьшается, многие модели электрооборудования, ранее производимые на данном заводе в Симферополе, сейчас производятся в Китае.

Подводя итог, Постановление отлично выполняет заложенные в него функции при заключении договоров на выполнение работ или оказание услуг. Данное Постановление при поставке товаров должно применяться исключительно на усмотрение заказчика, не в обязательном порядке.

Целесообразным будет оформление уточнения, в котором будет указано, к поставке какого товара можно будет применять положения Постановления (к поставке товара, который гарантированно производится на территории РФ).

В текущих реалиях мы имеем следующее. Заказчик в техническом задании указывает иностранный товар, показатели характеристик указываемые для эквивалентного товара,

который можно предложить заказчику как аналог, указываются не ниже тех которыми обладает иностранный товар. Исходя из вышеизложенного, честные поставщики не могут предложить товар отечественного производства, поскольку стоимость их предложения автоматически снижается на 15%, что изначально ведет к отсутствию заинтересованности к участию в тендере.

1. Постановление Правительства РФ от 16 сентября 2016 г. № 925 «О приоритете товаров российского происхождения, работ, услуг, выполняемых, оказываемых российскими лицами, по отношению к товарам, происходящим из иностранного государства, работам, услугам, выполняемым, оказываемым иностранными лицами» // Собрание законодательства РФ, 26.09.2016, N 39, ст. 5649.
2. Госзакупки. Новый вектор развития: монография / Н. Ю. Андреев, Б. М. Бижоев, Ю. И. Обалыева, Н. Б. Рыжова, Ю. А. Склярова. М.: МФЭИ, 2018.
3. Битков А.С. Предложения по повышению эффективности работы и развития промышленности Новосибирской области // Скиф. 2020. №3 (43).
4. Муждабаев Ю. Э., Муждабаева Э. Э. Характеристика внешней среды АО "Завод Фиолент" // Методы, механизмы и факторы международной конкурентоспособности национальных экономических систем. – 2017.
5. Румянцева Е. Е. Промышленность России: проблемы и пути дальнейшего развития (окончание) // Экономика промышленности. – 2018. – Т. 11. – №. 3.

Шамкаева А.Р.

Эффективность применения трансфертных цен в бюджетировании

*Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-222

Аннотация

Для того чтобы бюджетная система промышленных предприятий функционировала эффективно, важно установить связь между частным бюджетом и центром финансовой ответственности. В противном случае ситуация оценивается на уровне всего предприятия, и причинно-следственная связь не может быть найдена.

Ключевые слова: трансфертные цены, бюджетирование, предприятие, финансы.

Abstract

In order for the budget system of industrial enterprises to function effectively, it is important to establish a link between the private budget and the center of financial responsibility. Otherwise, the situation is assessed at the level of the entire enterprise, and a causal relationship cannot be found.

Keywords: transfer prices, budgeting, enterprise, finance.

Основой метода управления через центр ответственности является то, что организация деятельности промышленного предприятия основана на балансировании доходов и расходов. Консолидируя обязанности менеджеров, можно четко определить место возникновения.

При сведении частного бюджета центра ответственности к единому операционному бюджету организации очень важна система формирования трансфертных цен внутри компании. Трансфертная цена - это условная расчетная цена за передачу ("продажу") продукта (услуги) из одного центра ответственности в другой центр ответственности того же предприятия [5]. Трансфертная цена должна быть установлена таким образом, чтобы для каждого отдела, в дополнение к сумме расходов, можно было также определить сумму прибыли. Это позволит сформировать подробную информационную систему для объективной оценки эффективности и выявления "узких мест" в деятельности компании. Таким образом, трансфертное ценообразование является основой метода измерения, оценки, контроля и стимулирования

деятельности центра ответственности. В странах с развитой рыночной экономикой эти методы широко используются предприятиями.

Поскольку каждый центр ответственности в рамках корпоративной финансовой структуры рассматривается как независимая экономическая и расчетная единица, рыночный метод является приемлемым способом установления трансфертных цен. Американские эксперты считают, что передача продуктов (полуфабрикатов) и услуг с использованием этого метода приводит к оптимальным решениям и помогает достичь целей всего предприятия. Рыночная цена определяется как соответствующая внешняя цена за вычетом внутренних затрат, сэкономленных за счет использования внутренних каналов и подсистем компании. Используйте рыночную цену в качестве трансфертной цены

Соответствует концепции центра ответственности и позволяет по-настоящему оценивать деятельность менеджеров и отделов на основе финансовых результатов. В трансфертном ценообразовании всегда есть два аспекта: центр ответственности, который передает свои продукты (услуги), и центр ответственности, который принимает эти продукты (услуги) для дальнейшей переработки или потребления. При формировании трансфертной цены на основе рыночной цены обе стороны имеют возможность торговать со сторонними продавцами и покупателями, однако должны быть выполнены следующие условия:

- а) Центр ответственности за закупку продуктов (услуг) будет осуществлять закупки внутри предприятия до тех пор, пока центр ответственности за продажи не превысит рыночную цену и не захочет продавать свои продукты (услуги) другим центрам;
- б) Если цена единицы продаж превышает рыночную, центру ответственности за закупки разумно осуществлять закупки с одной стороны. Однако для того, чтобы применить рыночную трансфертную цену, необходимо иметь:
 - 1) Развитые конкурентные рынки полуфабрикатов и деталей, соответствующих продукции различных подразделений;
 - 2) Стабильная равновесная цена;
 - 3) Высоко децентрализованное управление, когда центр ответственности будет иметь право выбора: внутренних и внешних транзакций предприятия.

Рассмотрим влияние трансфертных цен на подготовку и исполнение бюджетов в производственных организациях, занимающихся товарным производством. Мы будем базироваться на трех центрах ответственности: центре закупок или снабжения, производственном центре и центре продаж.

План начинается в конце алгоритма, планирует прибыль организации и указывает цели, которые необходимо достичь в течение года. Поэтому сначала составляется бюджет продаж, а затем корректируются бюджеты производства и закупок. Поскольку оперативный бюджет находится в стадии подготовки, разбивка будет производиться на ежемесячной основе.

В таблице 1 показан бюджет, используемый центром закупок материалов для производства. Описывает количество материалов, необходимых для производства, и его планируемую стоимость. Планируемая стоимость основана на рыночной стоимости и на экспертных прогнозах. Но даже после тщательного анализа рыночной ситуации невозможно предсказать точную стоимость материалов. В этом случае планируемая цена статична и не менялась в течение года, достигая 20 рублей за единицу продукции, а рыночная цена постепенно повышается, начиная с отметки в 15 рублей в январе до 23 в декабре. Эти цены будут трансфертными ценами при передаче материалов в производство. По их словам, корректируйте бюджет и следите за его исполнением. Следует отметить, что в данном случае бюджет на материалы был израсходован не полностью, а это означает, что план выполняется.

Таблица 1

Бюджет центра закупок.

Месяцы	Кол-во необходимого материала, шт	Плановая цена за единицу, руб.	Сумма по плановой цене, руб.	Фактическая (рыночная) цена за единицу, руб.	Сумма по фактической (рыночной) цене, руб.	Отклонение, руб.
1	2	3	4	5	6	7
январь	100	20	2000	15	1500	-500
февраль	200	20	4000	15	3000	-1000
март	300	20	6000	16	4800	-1200
апрель	500	20	10000	17	8500	-1500
май	500	20	10000	18	9000	-1000
июнь	500	20	10000	19	9500	-500
июль	500	20	10000	20	10000	0
август	500	20	10000	21	10500	500
сентябрь	500	20	10000	22	11000	1000
октябрь	500	20	10000	22	11000	1000
ноябрь	400	20	8000	23	9200	1200
декабрь	400	20	8000	23	9200	1200
ИТОГО			98000		97200	-800

Далее рассмотрим производственный бюджет. Перечислены в таблице 2. Количество материала соответствует количеству закупленного материала в бюджете закупок. Для производства одной единицы товара требуется две единицы сырья, также возможен 5%-ный брак. Планируемый объем производства рассчитывается с учетом брака. В этом случае предполагается, что материал находится в хорошем состоянии, а брак рассчитывается исходя из количества произведенных готовых изделий. Производственный бюджет остается в натуральной форме. Произведенная продукция передается в отдел продаж по трансфертной цене. Производственный бюджет также можно считать выполненным, поскольку конечный целевой показатель фактического производства выше запланированного.

Таблица 2

Производственный бюджет.

Месяцы	Кол-во материала , шт.	Необходимое кол-во материала на производство одного товара, шт.	Среднее кол-во брака	Плановое кол- во произведенной продукции за вычетом брака, шт.	Фактическое кол-во произведенной продукции, шт.	Отклонение, шт.
1	2	3	4	5	6	7
январь	100	2	5,00%	47,5	49	1,5
февраль	200	2	5,00%	95	99	4
март	300	2	5,00%	142,5	145	2,5
апрель	500	2	5,00%	237,5	242	4,5
май	500	2	5,00%	237,5	237	-0,5
июнь	500	2	5,00%	237,5	245	7,5
июль	500	2	5,00%	237,5	230	-7,5
август	500	2	5,00%	237,5	233	-4,5
сентябрь	500	2	5,00%	237,5	238	0,5
октябрь	500	2	5,00%	237,5	241	3,5
ноябрь	400	2	5,00%	190	192	2
декабрь	400	2	5,00%	190	186	-4
ИТОГО				2327,5	2337	9,5

Бюджет продаж представляет собой центр доходов. Данные в столбце 2 таблицы 3 соответствуют столбцу 6 производственного бюджета. Согласно плану, отдел продаж должен продавать 90% произведенных товаров. В дополнение к плану объема продаж существует также план цен на продукцию. Это и закупочная цена материала планируются на основе рыночных условий и прогнозов экспертов. Столбец 7 таблицы 3 рассчитывается как произведение фактических продаж товаров на основе разницы между фактической стоимостью единицы товара и запланированной стоимостью. Оба плана были реализованы, как с точки зрения количества, так и цены. По количеству план превышает 22 товарные единицы, а по цене положительное отклонение составляет 560 рублей.

Таблица 3

Месяцы	Кол-во произведенного товара, шт.	Плановое количество продаж, шт.	Фактически проданное кол-во товара, шт.	Плановая стоимость единицы товара, руб.	Фактическая цена продаж, руб.	Отклонение, руб.
1	2	3	4	5	6	7
январь	49	44	46	50	50	0
февраль	99	89	93	50	51	93
март	145	131	135	51	51	0
апрель	242	218	210	52	53	210
май	237	213	216	53	53	0
июнь	245	221	219	53	53	0
июль	230	207	215	53	54	215
август	233	210	212	55	54	-212
сентябрь	238	214	216	55	56	216
октябрь	241	217	214	56	57	214
ноябрь	192	173	176	58	57	-176
декабрь	186	167	173	58	58	0
ИТОГО	2337	2103	2125			560

На наш взгляд, в рамках бизнес-бюджета организации прибыльность центра ответственности должна определяться не только на основе запланированных (бюджетных) количественных показателей (таких как затраты и прибыль), но и такие факторы должны приниматься во внимание.

Качественные показатели, такие как трудоемкость и капиталоемкость центра ответственности. Поскольку, когда в центре ответственности создаются дополнительные продукты, эти показатели описывают это наиболее объективно. Кроме того, капиталоемкость и трудоемкость в той или иной степени существуют во всех центрах ответственности, независимо от их финансовой и организационной власти в рамках финансовой структуры производственной организации.

1. Н. А. Абдуллаев Экологическая парадигма современного экономического развития в сфере окр. среды. Синергетический подход. – 2017. – С. 350
2. Ю. И. Горшков Основы медицинских знаний и здорового образа жизни- Учебное пособие – Арзамас: АГПИ, 2012 – 284 с.

Шестакова Л.А.

Применение ПБУ 4/99 в бухгалтерской отчетности предприятий

Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)

doi: 10.18411/trnio-04-2023-223

Аннотация

ПБУ4/99 было разработано для обязательного применения в соответствии с приказом Министерства финансов Российской Федерации № 43 от 6 июля 1999 года. ПБУ4/99 является основой для набора правил и методов формирования отчетов юридических лиц.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, бухгалтерский баланс, ПБУ 4/99, предприятие, финансово- хозяйственная деятельность.

Abstract

PBU4/99 was developed for mandatory use in accordance with the Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation No. 43 of July 6, 1999. PBU4/99 is the basis for a set of rules and methods for generating reports of legal entities.

Keywords: accounting statements, balance sheet, PBU 4/99, enterprise, financial and economic activity.

Бухгалтерская отчетность организаций является одним из основных инструментов, которые используются для оценки финансовой деятельности предприятия. Она представляет собой набор документов, в которых отражается финансовое состояние организации за определенный период времени.

Бухгалтерская отчетность состоит из трех основных документов: бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках (отчета о доходах и расходах) и отчета о движении денежных средств. Данные документы взаимосвязаны и позволяют оценить финансовое состояние организации в целом.

Бухгалтерский баланс является одним из основных документов бухгалтерской отчетности и отражает финансовое состояние организации на определенную дату. Он состоит из активной и пассивной части. Активная часть баланса отражает имущество организации, которое включает в себя денежные средства, недвижимое и движимое имущество, права требования, запасы и т.д. Пассивная часть баланса отражает источники формирования имущества организации, которые включают в себя собственный капитал, заемные средства, кредиторскую задолженность и т.д. Бухгалтерская отчетность организаций является одним из основных инструментов, которые используются для оценки финансовой деятельности предприятия. Она представляет собой набор документов, в которых отражается финансовое состояние организации за определенный период времени.

Бухгалтерская отчетность состоит из трех основных документов: бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках (отчета о доходах и расходах) и отчета о движении денежных средств. Данные документы взаимосвязаны и позволяют оценить финансовое состояние организации в целом.

Бухгалтерский баланс является одним из основных документов бухгалтерской отчетности и отражает финансовое состояние организации на определенную дату. Он состоит из активной и пассивной части. Активная часть баланса отражает имущество организации, которое включает в себя денежные средства, недвижимое и движимое имущество, права требования, запасы и т.д. Пассивная часть баланса отражает источники формирования имущества организации, которые включают в себя собственный капитал, заемные средства, кредиторскую задолженность и т.д.

ПБУ 4/99 - это Положение по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации". Оно было утверждено в 1999 году и является одним из основных документов, регулирующих бухгалтерский учет в России.

ПБУ 4/99 устанавливает требования к составлению бухгалтерской отчетности организации, которая включает в себя баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств и примечания к отчетности. Все эти документы должны быть составлены в соответствии с принципами бухгалтерского учета, установленными в ПБУ 1/2008 "Основные положения бухгалтерского учета".

Основная цель бухгалтерской отчетности - предоставить информацию о финансовом положении организации и ее результативности за определенный период времени. Баланс показывает состояние активов, пассивов и собственного капитала организации на конец отчетного периода. Отчет о прибылях и убытках отражает доходы и расходы организации за отчетный период и позволяет определить чистую прибыль или убыток. Отчет о движении денежных средств дает информацию о движении денежных средств внутри организации за отчетный период.

Примечания к отчетности содержат информацию о существенных фактах, которые могут повлиять на оценку финансового положения и результативности организации. Например, это могут быть сведения о крупных задолженностях или возможных рисках, связанных с деятельностью организации.

Когда предприятие взаимодействует со следующими субъектами: государственными органами, контрольными органами, бюджетами всех уровней, владельцами бизнеса и бюджетами всех уровней; каждый из этих субъектов имеет возможность получить наиболее достоверную и подробную информацию о предприятии, и целью получения этой информации является бухгалтерская отчетность организации, которые содержат самую общую информацию, надежные и полные отчеты о финансовом положении. Бухгалтерская отчетность, составленная в соответствии с правилами, сформулированными Законом об управлении бухгалтерским учетом, является полной и достоверной. Бухгалтерская отчетность должна быть нейтральной, то есть отвечать интересам всех пользователей. Первая форма отчетности, которая составляется из балансов корпоративного учета, предоставляет основную информацию об имущественном состоянии организации и используется при комплексном анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия. ПБУ4/99 применяется практически ко всем организациям, за исключением кредитных и муниципальных (государственных) учреждений, которые отчитываются в соответствии с отдельными методическими документами, утвержденными Министерством финансов Российской Федерации. ПБУ4/99 содержит информацию:

- 1) Форма отчета об использовании;
- 2) Упрощенный вариант бухгалтерской отчетности;
- 3) В порядке компиляции;
- 4) О публикации отчетных документов в средствах массовой информации;
- 5) Специфическое формирование отчетов о ликвидации, слиянии и реорганизации.

Бухгалтерская отчетность в соответствии с ПБУ4/99 включает:

- 1) Бухгалтерский баланс,
- 2) Отчет о финансовых результатах,
- 3) Пояснительные примечания к бухгалтерской отчетности,
- 4) Отчет об изменениях в капитале, движении денежных средств и ожидаемом использовании средств.

Существуют правила составления бухгалтерской отчетности в соответствии с ПБУ4/99:

Бухгалтерская отчетность должна содержать надежное и полное описание финансового положения организации;

- 2) Он составлен на русском языке;
- 3) Составлено в валюте Российской Федерации;
- 4) Сформировать общий отчет для компаний с филиалами;
- 5) Даже данные должны быть подтверждены списком активов и пассивов;
- 6) Активы и пассивы бухгалтерского баланса делятся на краткосрочные (до 1 года) и долгосрочные (более 1 года);
- 7) Бухгалтерская отчетность открыта для заинтересованных сторон;
- 8) При подготовке бухгалтерской отчетности за отчетный год отчетным годом считается календарный год с 1 января по 31 декабря.

Бухгалтерский баланс должен подтверждать финансовое состояние компании на отчетную дату. Это достигается путем отражения остальных данных счетов текущих активов и пассивов. Бухгалтерский баланс включает цифровые показатели, отраженные в его 5 частях:

- 1) 2 части активов, предназначенные для внеоборотных активов и оборотных активов;
- 2) 3 части обязательств, распределенных на капитал и резервы, долгосрочные и краткосрочные обязательства. Расходы и доходы в отчете о финансовых результатах подразделяются на обычные и прочие. Существует 3 типа дополнительных отчетов (о движении денежных средств, изменениях капитала, целевом использовании средств) и пояснительные записки для интерпретации бухгалтерских балансов и отчетов о финансовых результатах.

Описание бухгалтерской отчетности содержит следующую информацию:

- 1) Об объеме продаж;
- 2) Относительно наличия на начало и конец периода, движения основных средств (включая аренду) и нематериальные активы, финансовые инвестиции; в отношении капитала, выпущенных акций, дебиторской и кредиторской задолженности, резервов предстоящих расходов;
- 3) О производственных затратах;
- 4) О фактах, произошедших на предприятии после отчетной даты;
- 5) Обязательства в отношении получения и выдачи;
- 6) В отношении прочих доходов и расходов.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что бухгалтерская отчетность является важнейшим источником информации по хозяйственной деятельности, характеризующим финансовое состояние организации, поскольку позволяет получить первое и достаточно объективное представление о состоянии компании, а также предоставляет возможность сделать наилучший управленческие решения, основанные на анализе финансовой отчетности. Документ ПБУ4/99 пересмотрел процедуры составления, подготовки, содержания и публикации бухгалтерской отчетности. Бухгалтерская отчетность должна быть достоверной, полной и сформированной в соответствии с нормами действующего законодательства. В случае обязательного аудита заключения прилагаются к бухгалтерской отчетности.

1. Луговой В.А. Учет арендных обязательств и лизинговых операций // Бухгалтерский учет. - 2017. - № 6. С. 3-15.
2. Медведев А. Договор аренды: бухгалтерский учет и налогообложение // Хозяйство и право. - 2017. - №1. С. 35-40.
3. Палит В.Ф., Палит В.В. Учет лизинговых операций // Бухгалтерский учет. - 2018. - №9. С. 46-49.

Шишкина Л.А.

**Процессы глобализации в современном мире, бросающие вызов
развитию национальной экономики**

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

doi: 10.18411/trnio-04-2023-224

Аннотация

Глобализация стала самым масштабным и динамичным процессом в современных условиях, из-за которого глобальная экономика приобретает общие и единые возможности. Соответственно, определение характеристик глобализированной экономики важны, так как это позволяют не только определить текущие тенденции развития, но и обеспечить понимание перспективных изменений, которые могут представлять угрозу для развития отдельных стран в ближайшем будущем.

По данным Национального разведывательного совета, ключевыми тенденциями в развитии глобализации глобализированного мира к 2035 году станет слабый экономический рост, в связи с чем основные экономики столкнутся с сокращением рабочей силы и снижением роста производительности труда; ускорение технологического прогресса, который создаст новые возможности, но приведет к увеличению расхождений между лидерами и аутсайдерами; дальнейшее распространение автоматизации и искусственного интеллекта, которые угрожают быстрым изменением промышленности, потенциально вытесняя работников с традиционными навыками и ограничивая обычный путь развития для бедных стран; изменение климата, экологические и медицинские проблемы, которые потребуют большего внимания и коллективных действий, даже если сотрудничество станет более сложным; изменение характера конфликтов, количество которых будет увеличиться из-за расхождения интересов между великими державами, расширение террористических угроз.

Ключевые слова: глобализация, экономические процессы, формы глобализации.

Abstract

Globalization has become the most ambitious and dynamic process in modern conditions, due to which the global economy acquires common and unified opportunities. Accordingly, defining the characteristics of a globalized economy is important, as it allows not only to identify current development trends, but also to provide an understanding of promising changes that may pose a threat to the development of individual countries in the near future.

According to the National Intelligence Council, the key trends in the development of globalization of the globalized world by 2035 will be weak economic growth, in connection with which the main economies will face a reduction in labor force and a decrease in labor productivity growth; acceleration of technological progress, which will create new opportunities, but leads to an increase in discrepancies between leaders and outsiders; the further spread of automation and artificial intelligence, which threaten rapid industrial change, potentially displacing workers with traditional skills and limiting the usual path of development for poor countries; climate change, environmental and health problems that require more attention and collective action, even if cooperation becomes more complex; changing nature of conflicts, the number of which will increase due to the divergence of interests between the great Powers, the expansion of terrorist threats.

Keywords: globalization, economic processes, forms of globalization.

Многогранность и динамика мирового экономического развития указывают на необходимость системного изучения процессов глобализации с целью выявления тех проблем,

на которые страны должны реагировать уже на текущее время, поскольку их игнорирование приведет лишь к дальнейшему отклонению от тенденций.

Таблица 1

Основные сущностные характеристики понятия «глобализация».

Автор	Сущность	Ключевая характеристика
Т. Левитт	Глобализированные рынки - это мировые рынки для стандартизированных потребительских продуктов. В процессе глобальной гомогенизации, современные рынки расширяются для достижения экономии в глобальном масштабе.	Появление глобальных рынков
Р.Ф. Найеф	Глобализация - это процесс, который охватывает причины, ход и последствия транснациональной и транскультурной интеграции в рамках человеческой деятельности.	Причинно-следственная и последовательная природа
С. Фишер	Глобализация - это непрерывный процесс растущей взаимозависимости между странами и их гражданами.	Непрерывность процессов
З. Бауман	Это неопределенный, неконтролируемый и независимый характер всего происходящего в мире; отсутствие дистанционного контроля, управления, совета директоров или головного офиса.	Инерция и неопределенность процессов
С. Кей	Глобализация - это процесс продвижение нового идеала экономической открытости, политической прозрачности и глобальной культуры.	Распространение основных ценностей общества
С. Рич	Глобализация - это взаимосвязанный комплекс экономических явлений, включающих либерализацию и дерегулирование рынков, отказ от государственных функций, распространение технологий, международное распределение производства, и интеграция рынков капитала.	Сложный характер экономических процессов
С. Томас	Глобализация - это процесс, при котором власть находится в глобальных социальных формациях и выражается через глобальные сети, а не через территориально расположенные государства.	Сокращение роли государственных границ
И. Кларк	Глобализация - это трансформация отношений между государствами, но в то же время, это трансформация природы самого государства.	Изменение межгосударственных отношений и внутренних процессов в государстве

Не пытаясь обобщить все существующие определения понятия "глобализация", которые представлены в научной литературе, остановимся на тех, которые отражают характер исследуемых процессов и позволяют выделить основные сущностные характеристики в наибольшей в наибольшей степени (табл. 1).

Глобализация как явление означает, что происходит усиление взаимодействия и взаимозависимости между различными странами и регионами мира в области экономики, политики и культуры. Рассматривая глобализацию, можно утверждать, что это процесс формирования безграничного мира, когда государственные границы превращаются в формальности на пути перемещения как факторов, так и результаты процессов управления человеческим человечеством.

Эксперты Международного валютного фонда, акцентируя внимание на экономической природе явления исследуемого явления, характеризуют глобализацию как растущую экономическую взаимозависимость стран всего мира через увеличение международного обмена товарами, услугами, капиталом, технологиями, знаниями, идеями и рабочей силой.

Таким образом, глобализация как процесс объединения социально-экономических и политических процессов в своем развитии порождает новые вызовы для отдельных стран. Другие формы глобализации затрагивают даже те страны, которые менее глобализованы экономически, и поэтому их успешное развитие во многом зависит от способности адекватно реагировать на постоянно возникающие проблемы.

В целом, процессы глобализации стали объективной реальностью современного этапа мирового развития. Усложнение их форм происходило постепенно: если на начальных этапах речь шла о функционировании мировых рынков товаров, услуг и унификации требований к производству, то с распространением глобализации на другие сферы человеческой жизни: социальную, технологическую и культурную, происходит в современных условиях.

Углубление процессов глобализации приводит к возникновению системы взаимоподдерживающих причинно-следственных связей между ее формами. Именно поэтому глобализацию следует рассматривать как сложное многогранное явление. Сущностные характеристики отдельных форм глобализации в их современном понимании представлены на рис. 2.

Открытость социально-экономических систем приводит к тому, что под влиянием процессов глобализации, произошла гармонизация процессов функционирования мировой экономики в рамках все большего числа форм, от экологических и экономических до социальных и культурных.

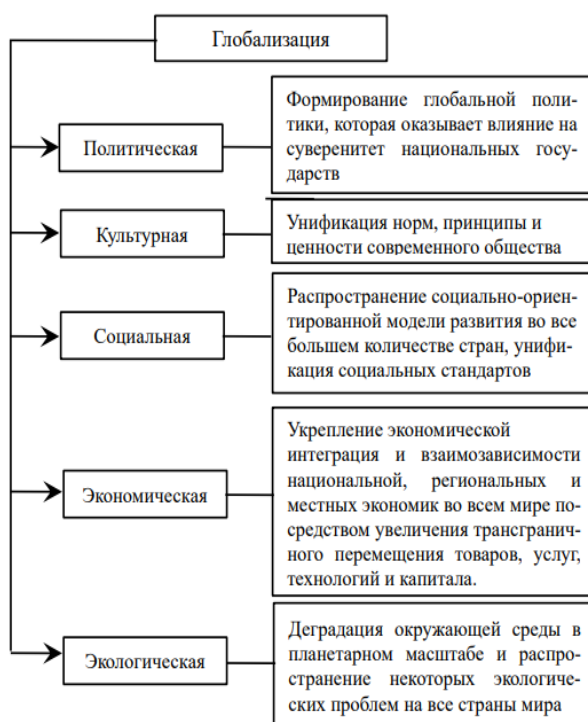


Рисунок 2. Основные формы глобализации.

Комплексный характер глобализации проявляется в том, что вовлечение страны в процессы глобализации в рамках определенных форм приводит к поэтапному расширению среди других. Иначе говоря, глобализация, с одной стороны, обеспечивает унификацию условий труда для всех стран мира, и, с другой стороны, создает проблемы, игнорирование которых приводит к фрагментации развития в отдельных странах мира. И наоборот, если страна использует "новые" достижения мировой цивилизации, то в результате она вовлекается в процессы глобализации, что обеспечивает их превращение в движущие силы внутренней модернизации.

Объективный характер процессов глобализации определяет необходимость учета их содержания, тенденции, количественные и качественные характеристики во всех формах, которые в совокупности могут быть отнесены к проблемам, с которыми сталкиваются определенные страны. Проблемы - это факторы, стоящие за общим действием, которые связаны с появлением новых идей, процессов, преобразований в любой сфере человеческой жизни, несоответствие которым приводит к возникновению угроз, а соответствие - открывает

возможности для дальнейшего развития. Выявление угроз, так же как и понимание возможностей, определяет способность страны использовать сложившуюся ситуацию в контексте обеспечения развития, прежде всего, внутренней подсистемы.

При рассмотрении процессов глобализации следует учитывать такие ключевые характеристики:

- причинно-следственный характер, что означает распространение проявлений унификации и синхронизации во все большее число сфер жизни общества;
- непрерывность означает, что динамика глобализации в том или ином проявлении происходит постоянно, это обусловлено действием диалектов общих принципов, которые определяют взаимодействие отдельных ее цепочек;
- неконтролируемость и неопределенность свидетельствуют о неспособности любых институтов и систем обеспечить регулирование и корректировку процессов в нужном направлении.

В целом, изучение процессов глобализации позволяет:

- во-первых, очертить функциональные области, которые требуют постоянного мониторинга в процессе адаптации национальной экономики к объективным процессам, происходящим в современном мире;
- во-вторых, определить количественные показатели, характеризующие процессы глобализации, что позволяет определить целевую ориентацию развития страны;
- в-третьих, систематизировать конкретные вызовы, угрожающие развитию отдельной страны и открывающие возможности для него.

Рассматривая модель "догоняющего" развития как системный ответ на вызовы глобализации, следует подчеркнуть важность модернизации экономики через индустриализацию промышленного сектора и обеспечение постепенного перехода к постиндустриальной экономике, направляя развитие образования и науки на решение стратегических задач модернизации; модернизация общества путем повышения уровня демократизации и повышения культурного и образовательного уровня населения страны; модернизация отношений как основного принципа функционирования и формирования рыночных отношений, что обеспечит модернизацию спроса и предложения как на готовую продукцию, так и на производственные факторы.

1. Ткачева Ю. В. Практические аспекты формализации финансовой стратегии корпораций / Ю. В. Ткачева, Л. А. Шишкина, В. В. Шибяев // Финансовый вестник. – 2019. – № 4(47). – С. 5-15. – EDN WNRXHA.
2. Шишкина Л. А. Методы оптимальных решений в экономике : Учебно-методическое пособие / Л. А. Шишкина, В. В. Коротких, Я. А. Юрова. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2015. – 92 с. – ISBN 4785444606582. – EDN TZFQSL.
3. Шишкина Л. А. Стратегический подход в муниципальном управлении / Л. А. Шишкина, А. Г. Волкова, А. А. Майоров // Регион: системы, экономика, управление. – 2022. – № 3(58). – С. 123-126. – DOI 10.22394/1997-4469-2022-58-3-123-126. – EDN MXRAHP.

Шишкина Л.А., Краснянская А.А.

**Анализ основ взаимосвязи экономического развития, финансового развития
и неравенства доходов**

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

doi: 10.18411/trnio-04-2023-225

Аннотация

Растущее неравенство сегодня является наиболее спорным вопросом в странах по всему миру, где доступ к экономическим ресурсам является очевидной причиной этого неравенства. В

литературе подробно исследовалась взаимосвязь между финансами, ростом и неравенством, наиболее существенный вклад имеет работа Кузнецца, в основе которой объясняется тенденция неравенства доходов и экономического развития напоминает перевернутую U-образную модель. В другой литературе подчеркивается, что финансовое развитие способствует экономическому росту за счет накопления сбережений, оценки потенциальных предпринимателей и диверсификации рисков. В работе, на основе эмпирического анализа подчеркивается фундаментальная связь между экономическим и финансовым развитием и неравенством доходов, применяя основные гипотезы.

Ключевые слова: рост, неравенство доходов населения, дифференциация доходов, темп роста ВВП, коэффициент Джини.

Abstract

Growing inequality is now the most controversial issue in countries around the world, where access to economic resources is an obvious cause of this inequality. The relationship between finance, growth and inequality has been studied in detail in the literature, the most significant contribution is the work of Kuznets, which explains the trend of income inequality and economic development resembles an inverted U-shaped model. Other literature emphasizes that financial development contributes to economic growth by accumulating savings, evaluating potential entrepreneurs and diversifying risks. The paper, based on empirical analysis, emphasizes the fundamental relationship between economic and financial development and income inequality, applying the main hypotheses.

Keywords: growth, income inequality, income differentiation, GDP growth rate, Gini coefficient.

Проблема растущего неравенства требует дополнительной проверки в аспектах экономического и финансового развития. Теоретические аргументы о распределении доходов предполагают, что влияние экономического развития наряду с финансовым развитием усугубляет проблему неравенства. Споры относительно обоснованности этих показателей возникают из-за эмпирических результатов исследований, изучающих взаимосвязь экономического роста, финансов и неравенства доходов. Действительно, выборки данных, касающиеся стран и периода для анализа, также имеют существенное значение для результатов этих исследований. В этом отношении очень немногие исследования выявили проблему, связанную с классификацией стран на основе уровня дохода. Таким образом, в работе пересматривается гипотеза расширения или сужения неравенства в отношении гипотезы кривой Кузнецца, гипотезы финансовой кривой и гипотезы финансовой кривой Кузнецца с учетом тщательного изучения переменных и классификации стран на страны с высоким, средним и низким доходом за максимальный год наблюдений.

М. Ахлувалия впервые провел исследования гипотезы перевернутой U-образной кривой Кузнецца, применив эконометрический подход, используя модель линейной регрессии, М. Ахлувалия предложил базовую спецификацию для кривой Кузнецца следующим образом:

$$GINI_{it} = \alpha + \beta_1 \ln ED_{it} + \beta_2 \ln ED_{it}^2 + \varepsilon_{it} (1)$$

Индекс Джини (GINI) представляет неравенство доходов, в то время как ВВП на душу населения (ED) представляет экономическое развитие. Положительный коэффициент для β_1 и отрицательный коэффициент для β_2 подтверждает гипотезу Кузнецца, согласно которой неравенство сначала увеличивается, а затем уменьшается в зависимости от этапов экономического развития. Максимум кривой Кузнецца, известный как поворотная точка, представляет уровень экономического развития, при котором неравенство начинает снижаться по мере дальнейшего развития экономики.

В дополнение к взаимосвязи между экономическим развитием и неравенством, рассматривается роль финансового посредничества в области неравенства доходов. В связи с

этим Кларк разработал модель, включающую финансовое развитие, измеряемое частными кредитными и банковскими активами, в неравенство доходов следующим образом.

$$GINI_{it} = \alpha + \beta_1 \ln FD_{it} + \delta \ln CV_{it} + \varepsilon_{it} (2)$$

где: GINI представляют неравенство доходов и FD отражает финансовое развитие как $\beta_1 \ln FN_{it} + \beta_2 \ln FD_{it}^2$ согласуется с гипотезой перевернутой U-образной формы, где $\beta_1 > 0$ и $\beta_2 < 0$. CV включает другие контрольные переменные, а именно инфляцию, государственное потребление, этнолингвистическое разделение и меру защиты прав собственности, то есть риск экспроприации.

Кроме того, Николоски (2013) пересмотрел взаимосвязь финансового неравенства и проверил гипотезу финансовой кривой Кузнецца, контролируя эффект экономического развития Кузнецца как,

$$GINI_{it} = \alpha + \beta_1 \ln FD_{it} + \beta_2 \ln FD_{it}^2 + \beta_3 \ln ED_{it} + \beta_4 \ln ED_{it}^2 + \delta \ln CV_{it} + \varepsilon_{it}$$

где: GINI представляют неравенство доходов, FD означает финансовое развитие, ED означает экономическое развитие и CV включает другие контрольные переменные, в частности, уровень инфляции, институциональное развитие и государственные расходы в процентах от ВВП. Более того, обуславливая поворотный момент дохода на душу населения уровнем финансового развития, Байарди и Морана (2016) рекомендовали новую спецификацию финансовой кривой Кузнецца следующим образом.

$$GINI_{it} = \alpha + \beta_1 \ln EDG_{it} + \beta_2 G_{it} + \beta_3 \ln FDG_{it} + \delta \ln CV_{it} + \varepsilon_{it} (4)$$

где: GINI является ли неравенство доходов, ED является ли доход от ВВП на душу населения, F рассматривается как финансовое развитие и G - темпы роста ВВП. Таким образом, EDG является ли произведение дохода ВВП на душу населения и темпов роста ВВП, FDG является результатом финансового развития и темпов роста ВВП. CV включает другие контрольные переменные, такие как коэффициент зависимости от возраста, доля государственных расходов в ВВП, параметры $\beta_1 < 0$ прогнозирует перевернутую U-образную связь между экономическим развитием и неравенством и $\beta_2 < 0$ прогнозирует обратную зависимость между финансовым развитием и неравенством доходов при условии ограничения $G > 0$.

Взаимосвязь между растущим неравенством доходов и экономическим и финансовым развитием была изучена с использованием несбалансированного панельного набора данных ежегодных наблюдений из 85 стран, включая 28 стран с высоким уровнем дохода, 41 страну со средним уровнем дохода и 16 стран с низким уровнем дохода за период 1980-2014 годов. Анализ проводился на основе сбалансированных панельных данных 45 стран, включая 15 стран с высоким уровнем дохода, 15 стран со средним уровнем дохода и 15 стран с низким уровнем дохода. В последствии число стран увеличилось до максимума, исходя из наличия данных, оба анализа дают согласованные результаты.

Эмпирические данные о финансах, экономическом росте и неравенстве доходов расходятся. Неоднозначность результатов из-за различных показателей финансового и доходного неравенства варьируется от анализа поперечных сечений до анализа панельных данных, включая большое количество периодов. Таким образом дается объяснение различных используемых показателей по сравнению с предыдущими исследованиями и описывается априорная взаимосвязь между переменными.

Коэффициент Джини рассматривается как показатель неравенства доходов, который указывает на отклонения от идеального равенства доходов, оценивает соотношение кривой Лоренца и линии равенства как стандартную меру распределения доходов в диапазоне от нуля (идеальное равенство) до единицы (идеальное неравенство). В качестве показателя неравенства доходов в исследовании рассчитывается коэффициент Джини как для чистого дохода (после уплаты налогов, после перевода), так и для рыночного дохода (до налогообложения, до перевода).

Исследования экономического развития и неравенства в доходах, начатые с критической концепции Кузнеца, следуют перевернутой U-образной схеме, при которой неравенство в доходах растет на начальной стадии развития и падает впоследствии с развитием экономики. Как полагают С. Кузнец и М. Ахлувалия, доход от ВВП на душу населения отражает роль экономического развития в неравенстве доходов, в соответствии с этим аргументом возникает нелинейная зависимость между ВВП на душу населения и неравенством доходов.

В научной литературе по финансам, экономическому росту и распределению доходов утверждается, что развитие финансового сектора ускоряет экономический рост за счет расширения доступа к финансовым средствам для сокращения неравенства и бедности, однако выбор подходящего показателя финансового развития был неопределенным. Основываясь на доступности и рассмотренной выборке, в исследованиях в основном использовалось отношение частного кредита к ВВП и отношение капитализации фондового рынка к ВВП в качестве показателя финансовой инклюзивности. В менее развитых странах отношение частного кредита к ВВП является лучшим показателем, поскольку фондовые рынки работают не очень хорошо, а традиционные заимствования и кредитование остаются важной деятельностью финансовой системы. Принимая во внимание, что развивающиеся и развитые страны широко используют капитализацию фондового рынка к ВВП в качестве показателя, где существует более сложная финансовая система Seven и Coskun (2016) в качестве альтернативы частному кредитованию использовались широкие денежные средства и соотношение активов коммерческого банка к активам коммерческого банка плюс центрального банка. Широкие денежные средства, которые направляют общественные сбережения на проекты частного сектора, не являются подходящим показателем для измерения всех основных функций финансового посредничества. В случае соотношения активов коммерческого банка к активам коммерческого банка плюс центрального банка трудность заключается в том, что центральный банк не предоставляет никаких прямых кредитов в большинстве стран, кроме того, помимо коммерческих банков, в финансовом секторе участвуют многие другие финансовые посредники. В связи с этим, исследователи полагались на анализ основных компонентов и достоверность ранее полученных данных, основанных на различных показателях, по-прежнему вызывает сомнения. Возникает необходимость в прямом показателе для измерения финансового развития.

В целом, эмпирические данные о растущем неравенстве доходов показывают, что нет четких доказательств в поддержку предположения о том, что экономическое развитие наряду с финансовым развитием уменьшит проблему неравенства. Кроме того, наиболее развитые или высокоразвитые страны также не пользуются преимуществами финансового развития. Таким образом, разрыв в доходах между 1% самых богатых и остальными 99% существенно увеличивается даже в эпоху финансовой глобализации и рыночной интеграции. В результате неравенство доходов возрастает, и самые маленькие домохозяйства владеют более чем половиной всего мирового богатства.

1. Азам М., Раза С.А. Развитие финансового сектора и неравенство доходов в странах АСЕАН-5: существует ли финансовая кривая Кузнеца? Глобальная экономика, редакция 2018 (1). С.88-114.
2. Бобылев С.Н. Взаимосвязь между уровнем благосостояния и устойчивым развитием. Кривая Кузнеца // Социально-экономический потенциал устойчивого развития / под. ред. Л. Хенса и Л. Мельника. Сумы: Университетская книга, 2007. С. 134–159.
3. Сумин А.И. Применение метода фрактальной размерности к разработке и анализу систем управления сложными объектами / А. И. Сумин, Р. С. Сумина, Л. А. Шишкина // Актуальные проблемы прикладной математики, информатики и механики : сборник трудов Международной научно-технической конференции, Воронеж, 18–20 декабря 2017 года / Воронежский государственный университет. – Воронеж: Издательство "Научно-исследовательские публикации"; Общество с ограниченной ответственностью "Вэлборн", 2017. – С. 1719-1722. – EDN YRQINJ.
4. Эконометрика: практический курс: учебное пособие для проведения лабораторных занятий для очной и заочной форм обучения, направление подготовки: 38.03.01 "Экономика" / А.Г. Буховец, М.В. Горелова, Е.А.

Семина, Л.А. Шишкина; Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2018. – 191 с. – EDN XYXQKT.

Шишкова В.С.

**Анализ эффективности принятия управленческих решений
в деятельности предприятия**

*Южно-Уральский государственный
аграрный университет
(Россия, Троицк)*

doi: 10.18411/trnio-04-2023-226

Аннотация

В данной статье дается анализ эффективности принятия управленческих решений в деятельности сельскохозяйственного предприятия. Рассматривается экономическая эффективность планирования производственной деятельности хозяйства с учетом выявленных резервов.

Ключевые слова: метод граф, принятие управленческого решения, экономическая эффективность растениеводства, урожайность сельскохозяйственных культур, посевная площадь.

Abstract

This article analyzes the effectiveness of managerial decision-making in the activities of an agricultural enterprise. The economic efficiency of planning the production activity of the economy is considered, taking into account the identified reserves.

Keywords: graph method, managerial decision making, economic efficiency of crop production, crop yield, sown area.

В современных условиях развития рыночных отношений в России (жесткой конкуренции, неопределенности внешнего окружения, глобализации экономики) хозяйствующим субъектам для принятия адекватных и обоснованных решений требуются новые методические подходы к их анализу и оценке [6]. Для целей принятия правильных управленческих решений и проведения качественного анализа эффективности хозяйственной деятельности необходимо идентифицировать основные составляющие ее расчета, а именно, определить, прежде всего, показатели, характеризующие результат или эффект всей деятельности предприятия, что и предопределило выполнение данного исследования [2].

Объектом исследования является процесс принятия управленческих решений обществом с ограниченной ответственностью «Агро-ЗЛАК-1», специализирующимся на выращивании зерновых и зернобобовых культур. Цель работы состоит в изучении методических подходов, используемых при анализе эффективности управленческих решений хозяйствующего субъекта.

Необходимость в разработке управленческого решения возникает при осознании проблемы. Наличие проблемы - это фактор, активизирующий усилия менеджмента. В ООО «Агро-ЗЛАК-1» возникла сеть проблем, вызывает тревогу выполнение производственной программы, которая представлена в таблице 1.

Таблица 1

Матрица проблем.

<i>Проблема</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Сумма причин</i>
<i>1) Контроль поставки сырья и</i>	<i>-</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>10</i>	<i>0</i>	<i>14</i>

<i>энергоресурсов</i>						
2) <i>Нарушение трудовой дисциплины</i>	0	-	2	5	0	7
3) <i>Устаревшее оборудование</i>	0	2	-	10	0	12
4) <i>Простой оборудования</i>	0	0	0	-	5	6
5) <i>Эффективность управленческого решения по повышению квалификации ПП</i>	0	10	3	6	-	19
<i>Сумма следствий</i>	0	13	8	31	5	-

Метод графа проблем применим для определения приоритетных проблем в технологии принятия управленческих решений. Использование метода начинается с построения матрицы проблем, при помощи которой, используя экспертные оценки, расставленные по пятибалльной шкале, определяются причинно-следственные связи между проблемами (см. рис. 1).

Граф проблем показывает, что, в первую очередь, необходимо оценить эффективность управленческого решения по повышению квалификации персонала и проконтролировать бесперебойную поставку сырья и энергоресурсов. Это окажет положительное воздействие на решение проблем простоя техники и нарушения трудовой дисциплины, которые отпадут вместе с решением этих главных проблем [4].

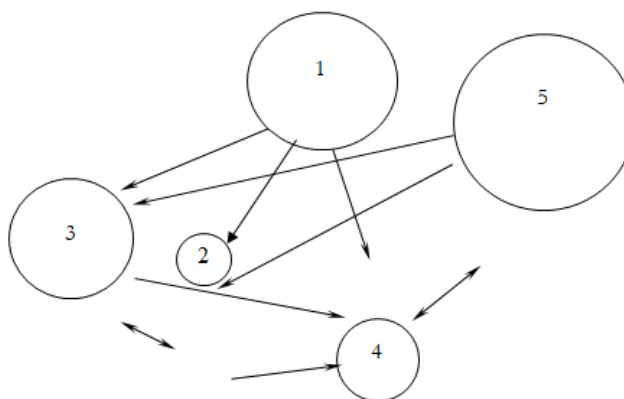


Рисунок 1. Граф проблем.

А также благотворное влияние на третью по важности проблему устаревшая сельскохозяйственная техника, хотя и не решит ее полностью [1].

При решении проблемы устаревшей сельскохозяйственной техники возможны два варианта или альтернативы:

- модернизация сельскохозяйственной техники;
- приобретение нового оборудования (см. табл. 2).

Таблица 2

Выбор вариантов решений.

<i>№ n/n</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Модернизация</i>	<i>Приобретение</i>
1	<i>Меньшая сумма капитальных вложений</i>	7	3
2	<i>Влияние на эффективность производственного процесса</i>	5	8
3	<i>Экономия ресурсов</i>	5	7
4	<i>Повышение себестоимости продукции</i>	8	2
5	<i>Влияние на финансовое состояние предприятия</i>	5	1
6	<i>Качество продукции</i>	6	8
	<i>Итого:</i>	36	29

Таким образом, более приемлемой альтернативой является модернизация сельскохозяйственной техники, а не приобретение новой.

Путем факторного анализа были выявлены резервы увеличения валового сбора сельскохозяйственных культур [5]. Расчет резервов выпуска продукции растениеводства показал, что наибольшее влияние на валовой сбор продукции оказывает урожайность культур [3]. В качестве предложения рассмотрим планирование валового сбора продукции растениеводства с учетом повышения урожайности культур (см. табл. 3).

Таблица 3

Влияние урожайности на валовой сбор сельскохозяйственных культур.

Культура	Посевная площадь, га			Урожайность, ц с 1 га.			Валовой сбор, ц.			Отклонение, (+,-)	
	2020		2021	2020		2021	2020		2021	2021	За счет изменения урожайности
	План	Факт	План	План	Факт	План	План	Факт	План		
Зерновые	21188	21188	21188	10,2	9,6	10,5	216117	181792	222474	-34325	4068 2
Бобовые	324	324	324	11,9	11,6	12,5	3856	2775	4050	-1081	1275

Из данных таблицы 3 видно, что в 2021 году предприятие недовыполнило план по производству продукции растениеводства, так в частности зерновых на 15,9 %, бобовых на 28,0 %. Это произошло как следствие недостигнутого уровня урожайности из-за недостаточных агрономических работ по улучшению плодородия земель. На 2022 год урожайность запланирована 10,5 ц с 1 га по зерновым и 12,5 ц с 1 га по бобовым за счет мероприятий по улучшению качества земли (внесение удобрений, правильной технологии вспашки земли, рационального использования плодородного слоя и т.д.), а также за счет приобретения высококачественного посевного материала. Это позволит повысить валовой сбор зерновых на 22,4 % и бобовых на 45,9 %.

Экономическую эффективность планирования производственной деятельности хозяйства с учетом выявленных резервов определим с помощью показателей рентабельности и прибыльности в отрасли растениеводства. Расчетные данные представлены в таблице 4.

Таблица 4

Рентабельность производства отрасли растениеводства в ООО «Агро-ЗЛАК-1» на планируемый 2022 год.

Показатель	2021	2022	2022 в % к 2021	Отклонение (+,-)
Валовая продукция, ц	184567	226524	123	+41957
Количество товарной продукции на 100 га. пашни, ц	858	1053	123	+195
Выручка от реализации тыс. руб.	41398	56404	136	+15006
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	34476,8	45304,8	131	+10828
Прибыль (убыток), тыс. руб.	6921,6	11099,2	160	+4177,6

<i>Прибыль в расчете: - на 1 га посева, тыс. руб.</i>	0,327	0,524	160	+0,197
<i>Уровень рентабельности, %</i>	20,07	24,5	-	+4,43

Таким образом, за счет внедрения разработанного плана предприятию ООО «Агро-ЗЛАК-1» удастся добиться увеличения прибыли на 60 % и повысить уровень рентабельности отрасли растениеводства на 4,43 %, что благоприятно скажется на экономическом состоянии предприятия в целом, т.к. эта отрасль является основным направлением производственной деятельности.

1. Бобылева И.В. Оценка производственного потенциала животноводства Челябинской области / И.В. Бобылева, Е.В. Улитин // Инновации и инвестиции. 2020. № 2. С. 221-225.
2. Бобылева И.В. Приоритетные направления развития АПК Челябинской области / И.В. Бобылева, Н.В. Киреева // Фундаментальная наука и технологии - перспективные разработки. North Charleston, USA: CreateSpace, 2015. С. 250-253.
3. Бобылева И.В. Приоритетные направления теории формирования финансовой политики организации / И.В. Бобылева, Н.В. Киреева // Единый всероссийский научный вестник. 2015. № 1. С. 121-125.
4. Бобылева, И. В. Влияние генотипа на продолжительность жизни коров и эффективность производства // Материалы научно-производственной конференции по актуальным проблемам ветеринарии и зоотехнии. Казань: Казанская государственная академия ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана, 2001. С. 266-268.
5. Казанцева Л.В. Классификация сельскохозяйственных товаропроизводителей Челябинской области по земельной площади (по результатам ВСХП-2006) / Л.В. Казанцева, М.В. Сердюк, И.В. Попова // Особенности развития агропромышленного комплекса на современном этапе. Уфа: Башкирский государственный аграрный университет, 2011. С. 107-112.
6. Попова И.В. Продуктивно-хозяйственная и организационно-экономическая оценка молочного скота разных генотипов, разводимых в зоне Южного Урала. Троицк, 2002. 130 с.



Рецензируемый научный журнал

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
№96, Апрель 2023**

Часть 4

Подписано в печать 24.04.2023. Тираж 400 экз.
Формат.60x841/16. Объем уч.-изд. л.11,74
Отпечатано в типографии Научный центр «LJournal»
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович